

Programme Européen LEADER

Les Projets 2014-2022

Réalisés grâce au Groupe d'Action Locale (GAL) du Pays Carcassonnais pour Carcassonne Agglo et la CDC de la Montagne Noire



LES FINANCEURS



LE SOM MAIRE

1

Fiche-Action n°1

Camping **** du Moulin de Sainte Anne à Villegly	7
Moulin à papier de Brousse et Villaret	8
Restaurant La Table de Riquet (ex Le Rivassel) à La Redorte	9
Camping La Pujade à Alzonne.....	10
Boémia à Montlaur	11
Commune de Fontiers Cabardès	12
Commune de Fontiers Cabardès	13
Eaurizon à Puichéric	14
Commune de Moussoulens	15
Commune d'Aragon	16
Camping La Porte d'Autan à Saissac.....	17
Commune de Villeneuve Minervois.....	18
Gouffre Géant de Cabrespine	19
Amélioration et innovation au Moulin à Papier de Brousses	20
Commune de Rustiques.....	21
Artisan Terre d'empreinte à Cuxac Cabardès.....	22
Les vigneron(s) de la voie romaine à Villesèquelande	23
Le théâtre dans les vignes à Couffoulens	24
Commune de Roquefère	25
Vignobles de Carsac à Cavanac	26
Office de Tourisme de Carcassonne.....	27
Gîtes de France Aude	28
Domaine de Cabrol à Aragon	29

2

Fiche-Action n°2

Commune de Villesèquelande	30
Domaine de Grambaud à Aragon	32
Domaine de Russol à Laure Minervois.....	34
Commune d'Arzens	36
Château de Puichéric	38
L'Abitarela à Castans	40
Développement de l'Association des Trufficulteurs Audois	42
Le Clos de l'abbaye à Caunes Minervois	43
Le Mas de l'écluse à Caux et Sauzens	44
La Maison du vigneron à Montolieu.....	46
RB créations 11 à Brousses et Villaret	47

4

Fiche-Action n°4

Domaine le Crouzet à Fraïsse Cabardès	48
Partenariat Moulin à papier de Brousses et Atelier du Livre à Carcassonne	49
Plan de communication de la Coopérative Musée Céres Franco.....	50
Le Bristol à Carcassonne	51
Radio RCF Pays d'Aude à Carcassonne.....	52
Le Théâtre dans les vignes à Couffoulens.....	53
Carcassonne Agglo	54
Office de tourisme du Grand Carcassonne	55
Secret des Avelines à Villesèquelande.....	56
ADAOA : Faciliter la contractualisation au sein de nouvelles filières agricoles	57
Camping le Moulin de Sainte Anne à Villegly	58
Office de tourisme du Grand Carcassonne	59
La Borieta à Carcassonne.....	60
Domaine des Homs à Rieux-Minervois	61
Association Montolieu village du livre à Montolieu	62
Château d'Argères à Laure Minervois	63
Ethnopôle GARAÉ à Carcassonne.....	64
Compagnie Le Chat Barré à Fontiers Cabardès	65
Château L'Amiral à Aigues Vives : plan de communication.....	66
Agence de voyages réceptive SUDFRANCE.FR.....	67
Domaine Rose et Paul à Arzens.....	68
Office de tourisme de la Montagne Noire	69
Maison Calmel&Joseph à Montirat	70
Cellier Lauran Cabaret à Laure Minervois	71

5

Fiche-Action n°5

Action n°1.....	72
Action n°2.....	72
Action n°3.....	73
Action n°4.....	73
Action n°5.....	74

LE MOT DES ÉLUS



Le mot de Tamara Rivel

Vice-présidente du Conseil Départemental de l'Aude, Membre du bureau de Carcassonne Agglo, Conseillère municipale de Carcassonne

Le programme européen LEADER 2014-2023 porté par le Pays Carcassonnais pour Carcassonne Agglo et la Communauté de Communes de la Montagne Noire a été un levier irremplaçable pour la création et la modernisation des activités commerciales et associatives du territoire, permettant aussi d'améliorer la qualité et la productivité des entreprises locales.

La réussite de ce programme est aussi dans la mise en réseau tant entre les porteurs de pro-

jets privés ou publics, les membres du Comité technique qu'avec les membres du Comité de programmation qui ont eu la lourde charge de voter les projets qui bénéficieront d'un accompagnement : qu'ils soient remerciés pour leur implication à nos côtés.

Bienvenue au nouveau programme européen LEADER 2023-2027 opérationnel depuis septembre 2024...et bienvenue à tous les porteurs de projet qui font rayonner notre territoire.



Le mot de Régis Banquet

Président de Carcassonne Agglo, Maire d'Alzonne

La mise en œuvre du programme LEADER 2014-2022, confié au GAL du Carcassonnais, a été l'occasion d'identifier et de soutenir des porteurs de projets, tant publics que privés, et de s'approprier collectivement les principes et les valeurs de ce dispositif de l'Union Européenne.

Carcassonne Agglo a soutenu doublement le programme LEADER sur son territoire, d'une part en apportant une aide au fonctionnement du Pays Carcassonnais, porteur du GAL, d'autre part en intervenant en co-financement des projets afin de permettre la mobilisation des fonds FEADER.

Cette démarche de développement des territoires ruraux par les acteurs des territoires, s'inscrit également dans notre stratégie intercommunale de cohésion, d'attractivité, de transition écologique et énergétique.

C'est pourquoi accompagner le programme LEADER constitue un engagement fort de la part de Carcassonne Agglo, en ce que cela permet de renforcer, par l'apport de fonds européens, la capacité des acteurs locaux à porter des projets structurants, innovants et ancrés dans le territoire.



Le mot de Cyril DELPECH

Président de la Communauté de Communes de la Montagne Noir, Maire de Caudebronde

Le GAL du Carcassonnais clos sa séquence 2014-2022 et se lance déjà sur une nouvelle 2023-2027, inscrivant son action dans la durée et démontrant ainsi l'attachement du territoire à ce dispositif de financement un peu spécial.

C'est en effet un des rares moyens pour les collectivités territoriales d'aider financièrement des porteurs de projets privés, avec des taux d'interventions importants et qui plus est avec des fonds européens réputés parfois difficiles d'accès aux petits porteurs de projets et dans un secteur rural qui en a le plus grand besoin.

C'est aussi un outil de financement attaché à des valeurs d'excellence dans l'innovation, le partenariat public-privé, la gouvernance, la transparence qui font de lui un dispositif à part dans le paysage institutionnel et dont le monde rural ne pourrait aujourd'hui se passer.

Là où le programme peut rencontrer parfois des difficultés de gestion interne et des enveloppes financières limitées, l'association du Pays Carcassonnais qui porte le GAL, forte d'un personnel hyper compétent et stabilisé depuis de nombreuses années, a su apporter le relai technique indispensable aux porteurs de projets et peut s'enorgueillir d'atteindre une efficacité de consommation de l'enveloppe allouée et un pourcentage de succès des dossiers présentés excellents et parmi les meilleurs de France.

Je souhaite donc aux côtés de nos collègues de Carcassonne Agglo longue vie au GAL du Carcassonnais et sait pouvoir compter sur nos élus et techniciens pour faire vivre ce programme en faveur d'un développement économique rural exemplaire.

ÉDITO



Création País Chocolatine

Nous en sommes aujourd'hui à la **5ème génération du programme européen LEADER**, alimenté par le Fonds Européen Agricole pour le Développement Rural (**FEADER**) sur la période 2014-2020 avec une période transitoire « COVID » 2021-2022.

Le programme LEADER est porté par une structure appelée **GAL** (Groupe d'Action Locale), porté lui-même par **l'association du Pays Carcassonnais** qui assure l'accomp-

agnement et le suivi des porteurs de projets mais aussi l'animation et l'évaluation du programme sur son périmètre d'intervention, rassemblant **Carcassonne Agglo** et la **Communauté de Communes de la Montagne Noire**. Le GAL dispose d'une enveloppe de **2 500 000€ (+600 000€ pour 2021-2022)** pour mettre en œuvre sa stratégie Leader (3 fiches-actions) sur les 96 communes de son périmètre.

Un comité technique se réunit en amont de chaque comité de programmation afin de s'assurer de l'éligibilité technique et financière des projets, et d'étudier les possibilités de cofinancements.

Ce comité est constitué des chargés de mission du Pays Carcassonnais, de Carcassonne Agglo, de la Communauté de communes de la Montagne Noire ainsi que des principaux partenaires techniques (Conseil Régional, Conseil Départemental, Etat, Chambres consulaires, SYADEN, CAUE de l'Aude...).



ÉDI TO



L'organe décisionnel du GAL est le **comité de programmation** constitué à **60% de partenaires privés et à 40% d'élus**. Il sélectionne les projets que le programme LEADER viendra cofinancer, après avis consultatif du **Comité technique du GAL**.



70 PROJETS RETENUS

(dont 78% sont privés) pour

5,4M€
investis sur le territoire



3,1M€ de fonds européen
1,4M€ de financement public national*
900 000€ de financement privé

396 entreprises ont travaillé sur ces projets : 219 entreprises originaires du Pays Carcassonnais et 60 originaires du département de l'Aude soit un total de **279 entreprises audoises !**



*Etat (DRAC, FNADT, DETR), Région Occitanie, Département de l'Aude, Carcassonne Agglo, la Communauté de Communes de la Montagne Noire, SYADEN, Communes (Aragon, Arzens, Couffoulens, Fontiers Cabardès, Limousis, Moussoulens, Saissac, Villesèquelande).

FICHE-ACTION N°1

Améliorer la qualité et la modernité des sites et produits existants

Objectifs du Territoire :

- Structurer et renforcer l'offre du territoire à travers la modernisation des filières économiques.
- Moderniser l'offre touristique
- Renforcer le lien rural/urbain en développant des produits de qualité originaux complémentaires à la Cité de Carcassonne.

CAMPING **** DU MOULIN DE SAINTE ANNE À VILLEGLY

Etude sur la possibilité d'extension du Camping



AIRE DE JEUX COLLECTIVE

Etude de faisabilité CAMPING MOULIN DE SAINTE ANNE

Bruno MARIE

17/04/2018



Objectifs du porteur de projet

Monsieur Lacuve saisit l'opportunité d'acquérir un terrain jouxtant son camping sans avoir une idée précise de ce qu'il pourrait y faire sachant que c'est le SEUL terrain aménageable aux alentours de ce lieu.

Plusieurs pistes : extension du camping ? hébergement insolite ? activités ludiques ? Mélange de tout cela ?

C'est un des rares campings audois à avoir ce niveau d'excellence dans les labels (Qualité Pays Cathare, Qualité Sud de France, Qualité Tourisme, Tourisme et Handicap) et le développement durable (La Clef verte, Sites et Paysages).

En accord avec la CCI et le Porteur de projet, préconisation d'une étude de faisabilité par un cabinet spécialisé en hébergement de plein air.



Localisation géographique et nombre d'entreprises sollicitées pour ce projet : 1

1 entreprise Pays Carcassonnais



Financement

Europe fonds FEADER

5 520€



Carcassonne Agglo

1 380€



Porteur de projet

1 725€



Coût total : 8 625€



www.moulindesainteanne.com

MOULIN À PAPIER DE BROUSSES ET VILLARET

Etude sur la stratégie commerciale et organisationnelle du Moulin à papier



Objectifs du porteur de projet

Faire appel à un cabinet d'études pour définir des axes stratégiques et mettre en place un plan d'actions afin d'accroître son chiffre d'affaires pour pérenniser l'activité et les emplois.



Localisation géographique et nombre d'entreprises sollicitées pour ce projet

1 autre Région.

www.moulinpapier.com



Financement

Europe fonds FEADER

12 928€



Région Occitanie

1 616€



CDC Montagne Noire

1 616€



Porteur de projet

4 040€



Coût total : 20 200€

MAIRIE DE LIMOUSIS

Etude sur les possibilités de modernisation de la Grotte Commune de Limousis



Objectifs du porteur de projet

Suite à un comité de pilotage animé par la commune propriétaire de la grotte, a émergé le besoin de recourir à un bureau d'études pour étudier la faisabilité de la modernisation et de l'innovation dans la Grotte de Limousis afin d'attirer une nouvelle clientèle.



Localisation géographique et nombre d'entreprises sollicitées pour ce projet : 3

1 entreprise Occitanie, 2 autres régions.



Financement

Europe fonds FEADER

10 291,20€



Porteur de projet

7 228,80€



Coût total : 17 520€



www.grotte-de-limousis.fr

RESTAURANT LA TABLE DE RIQUET (EX LE RIVASSEL) À LA REDORTE, AU BORD DU CANAL DU MIDI

Rénovation du lieu dans son intégralité



Objectifs du porteur de projet

Après une gérance ayant conduit à une chute du chiffre d'affaires et à des dégradations importantes de l'établissement, les propriétaires reprennent l'affaire pour la remettre au niveau d'excellence qui était le sien avant le changement de gestionnaire (Café de Pays, Pays Cathare Sud de France, Qualité Tourisme) et profitent du programme européen LEADER pour rénover intégralement l'intérieur du lieu.

Les actions financées

Électricité, plomberie, carrelage, matériel cuisine, rampe d'escalier, mobilier salle et boutique.

Localisation géographique et nombre d'entreprises sollicitées pour ce projet : 9

4 entreprises Pays Carcassonnais, 4 Aude, 1 Occitanie.

Financement

Europe fonds FEADER
30 485,28€



Carcassonne Agglo
7 621,32€



Porteur de projet
9 526,65€



Coût total : 47 633,25€



www.latablederiquet.com

CAMPING LA PUJADE À ALZONNE

Amélioration du complexe La Pujade (camping, restaurant, vente de produits de la Ferme)



Objectifs du porteur de projet :

Le complexe du Camping La Pujade a identifié des besoins indispensables de changement afin de mieux répondre à la clientèle et de ce fait, d'augmenter son chiffre d'affaires pour créer des emplois: emplacements de camping-cars à agrandir, terrasse à sécuriser et à améliorer sur la qualité (ombrage, sol), modernisation de l'aire de jeux, signalétique mise à jour.



Les actions financées

Agrandissement des emplacements, goutteur et végétaux, gros oeuvre, électricité, carrelage, signalétique, mobilier terrasse et site Internet.



Localisation géographique et nombre d'entreprises sollicitées pour ce projet: 9

4 entreprises Pays Carcassonnais, 1 Aude, 2 Occitanie, 2 autres régions



www.campinglapujade.com



Financement

Europe fonds FEADER
18 430,48€



Carcassonne Agglo
4 607,62€



Porteur de projet
5 759,53€



Coût total : 28 797,63€

BOÉMIA À MONTLAUR

Développement de l'activité de l'entreprise de distillerie en plantes aromatiques et médicinales



Objectifs du porteur de projet

En 4 ans d'activités, l'entreprise BOEMIA à Montlaur est devenue incontournable dans les paysages audois et toulousains par l'utilisation des plantes aromatiques de la garrigue et sa production d'huiles essentielles (20) et d'hydrolats (13) avec la participation aux Marchés de Producteurs de Pays (MPP), à des ateliers d'aromathérapie et son implantation dans des épiceries fines (+ de 10 boutiques reven-deuses avec la majorité en Haute Garonne).

Afin de passer un cap et d'augmenter la production et le chiffre d'affaires, il est impératif que le laboratoire et l'outil de production se modernisent pour dégager du temps pour que le propriétaire puisse accélérer sa démarche commerciale et ses actions de formation.



Les actions financées

Achat de matériel : alambic de grande capacité, refroidisseur, moutoulteur, générateur vapeur, raccordement eaux usées, assainissement eau et raccordement électrique.



Localisation géographique et nombre d'entreprises sollicitées pour ce projet : 5

2 entreprises Pays Carcassonnais, 1 Occitanie, 1 autre région France, 1 Espagne



Financement

Europe fonds FEADER

13 250,12€



Carcassonne Agglo

3 312,53€



Porteur de projet

4 140,66€



Coût total : 20 703,31€



www.boemia-aroma.com

COMMUNE DE FONTIERS CABARDÈS

« Perle verte de la Montagne Noire » démarche collective pour aller vers une labellisation « 2ème village-jardin remarquable de France » Phase 1



Objectifs du porteur de projet

Obtenir une labellisation « village-jardin remarquable » pour renforcer le développement économique du village et de son territoire, renforcer les liens sociaux, protéger et améliorer l'environnement végétal, architectural et culturel avec une action pédagogique envers le grand public. Vu l'envergure du projet, il nécessitera plusieurs phases de financement.



Les actions collaboratives

Journées de plantations avec les habitants et scolaires, participation pédagogique de l'école primaire de Fontiers Cabardès, du collège Antoine Courrière et du Lycée Agricole, coopération avec les Pépinières Départementales de l'Aude, création par les habitants d'une association « Art et Patrimoine » en 2020.



Les actions financées

Achat de 6000 plants (plantes de terre de bruyère, méditerranéennes...), ardoises, création d'un sentier de promenade (1h) et d'un parcours patrimonial (2h) avec signalétique (panneaux, flyers), site Internet et amélioration de l'éclairage public (économie d'énergie et meilleure esthétique).



Localisation géographique et nombre d'entreprises sollicitées pour ce projet: 9

3 entreprises Pays Carcassonnais, 4 Occitanie, 2 autres régions



Financement

Europe fonds FEADER

28 967,12 €



SYADEN

15 000 €



Porteur de projet

10 991,81€



Coût total : 54 958,93€



www.fontiers-cabardes.com

COMMUNE DE FONTIERS CABARDÈS

« Perle verte de la Montagne Noire » démarche collective pour aller vers une labellisation « 2ème village-jardin remarquable de France » Phase 2



Objectifs du porteur de projet

Développer l'économie touristique de Fontiers Cabardès, de la Montagne Noire, de l'Aude et de l'Occitanie en faisant de Fontiers-Cabardès « le Village-jardin du Pays de Carcassonne » grâce à son patrimoine paysager et bâti en vue d'accroître son activité touristique et en visant l'obtention du label DRAC « Village-Jardin Remarquable » détenu à ce jour par 1 seule commune en France : Chédigny en Touraine.



Les actions réalisées en phase 2

Valorisation de la zone humide avec une réalisation de murs en pierre et de passerelles en bois, continuation des aménagements paysagers avec des plantations dans le centre du village, aménagement des escaliers du côté de l'ancienne boulangerie, rénovation de la fontaine de la place de l'Aubépine avec un aménagement paysager, mise en place d'une signalétique, création d'un rucher communal pédagogique et habillage des containers



Localisation géographique et nombre d'entreprises sollicitées pour ce projet : 5

2 entreprises Pays Carcassonnais, 2 Aude, 1 Occitanie.



Financement

Europe fonds FEADER

46 952,19€



Cofinancement et Auto-financement commune de Fontiers Cabardès

11 738,05€



Porteur de projet
Commune de Fontiers

14 672,57€



Coût total : 73 362,81€



www.fontiers-cabardes.com

EAURIZON À PUICHÉRIC

Modernisation de la base nautique EAURIZON activité de pleine nature à Puichéric.



Objectifs du porteur de projet

Création d'un centre nautique de 400m² permettant une unité de lieu : accueil, stockage, espace commercial, centre de formation et salles de séminaire (permettra d'accueillir des séminaires de plus de 100 personnes et de relancer la partie formation professionnelle avec une salle équipée).



Les actions financées

Maçonnerie, charpente, électricité, plomberie, plâtrerie, revêtement sols, enduit façade, ventilation, climatisation, sanitaire, métallerie, menuiseries d'intérieur.



Localisation géographique et nombre d'entreprises sollicitées pour ce projet : 5

4 entreprises Pays Carcassonnais, 3 Aude, 1 Occitanie



www.eaurizon.eu

Après



Après



Financement

Europe fonds FEADER

149 627,12€



Région Occitanie

24 621€



ETAT Directe

5 283,85€



Carcassonne Agglo

7 501,94€



Porteur de projet

46 758,52€



Coût total : 233 792,43€

COMMUNE DE MOUSSOULENS

Construction d'une halle pour la diversification des activités socio-économiques en cœur du village de Moussoulen.



Avant



Après



Objectifs du porteur de projet

La construction d'une halle permettra une augmentation de la clientèle lors des Ampélofolies du Cabardès avec une augmentation du chiffre d'affaires pour les producteurs et artisans présents sur le marché et pour la clientèle des gîtes et chambres d'hôtes de Moussoulen (8 gîtes et 1 chambre d'hôtes de 2 à 4 épis soit 55 lits marchands) et des villages voisins (Montolieu et Saissac).

Une première estimation économique montre que le marché hebdomadaire couvert conduira à l'accueil de trois nouveaux étals dont un maraîcher local producteur de fruits et de légumes issus d'une agriculture biologique.

Amélioration du visuel de la place qui est visible depuis la route empruntée par des touristes se rendant à Montolieu Village du Livre (la façade du foyer réalisé dans les années 70 n'est pas très attractive à ce jour et la halle participera aussi par sa qualité architecturale à la valoriser).

La création d'une halle renforcera la cohésion sociale au sein du village.



Les actions réalisées

Terrassement, charpente, ferronnerie, couverture zinc.



Localisation géographique et nombre d'entreprises sollicitées pour ce projet : 4

2 entreprises Pays Carcassonnais, 2 Aude



Financement

Europe fonds FEADER

32 947,18€



Carcassonne Agglo

8 651,22€



Porteur de projet

10 399,63€



Coût total : 51 998,03€



www.moussoulen.fr

COMMUNE D'ARAGON

Réaménagement de la Maison du Cabardès : création de salles de réunion et isolation thermique pour le café-épicerie.

Avant



Après



Objectifs du porteur de projet

Aragon, petit village à 12 kms de Carcassonne est un point fort du tourisme carcassonnais pour plusieurs raisons : un village dédié à la pierre sèche (Espace Pierre Sèche + association dédiée), un des premiers villages à avoir été classé en ZZPPAUP, un village avec un restaurant gastronomique (étoilé Michelin pendant de longues années), un village avec le 1er Club VTT de France (ATAC VTT) , un village avec une église remarquable (bois peints du 14ème siècle) et une Maison du Cabardès regroupant un espace associatif (pas de foyer dans ce village!) et un café/épicerie existant depuis plus d'une dizaine d'années. La Mairie d'Aragon souhaite accroître le développement économique et social du village en modernisant et en agrandissant «La Maison du Cabardès» qui n'a connu aucune amélioration notable depuis sa construction en 1995.



Les actions réalisées

Démolition, terrassement, maçonnerie, dallage, plâtrerie, menuiseries, plomberie, électricité, ravalement façades, peinture intérieure et contrôle technique.



Localisation géographique et nombre d'entreprises sollicitées pour ce projet : 8

12 sur le Pays Carcassonnais.



Financement

Europe fonds FEADER

76 993,65€



Etat DETR

45 405,03€



Département de l'Aude

58 932,74€



Porteur de projet

45 332,95€



Coût total : 226 664,37€



<http://aragonencabardes.fr>

CAMPING LA PORTE D'AUTAN À SAISSAC

Valorisation du camping «La Porte d'Autan» par le développement durable.



Objectifs du porteur de projet

Moderniser les équipements du camping pour améliorer sa qualité environnementale et ainsi, attirer encore plus, une clientèle nordique très sensible à l'écologie.

Améliorer la qualité paysagère de leur camping afin de répondre aux exigences d'un site classé «Pays Cathare» avec le Château de Saissac et sa vue panoramique sur les Pyrénées. Sécuriser les déplacements et les jeux des enfants.

Développer la prise de conscience des campeurs sur la nécessité du développement durable pour notre planète et les amener à méditer sur les premiers gestes qu'ils pourraient mettre en place.

Développer le chiffre d'affaires pour pérenniser les salaires des gestionnaires. Conforter leur participation récente au réseau Via Natura (le seul camping de l'Aude dans ce réseau, 5 en Occitanie) et maintenir la qualité de leur prestation (Dernière note de Sud de France : 98,34).

Les actions réalisées

Achats de matériel (désherbier thermique, autolaveuse, tracteur tondeuse, motoculteur, four à pizza), plants de végétation méditerranéenne, ralentisseurs, jeux en bois pour les enfants, peinture.

Localisation géographique et nombre d'entreprises sollicitées pour ce projet : 11

4 entreprises Pays Carcassonnais, 3 Aude, 1 Occitanie, 3 autres régions

€ Financement

Europe fonds FEADER

14 031,08€



CDC Montagne Noire

2 104,67€



Mairie de Saissac

1 403,10€



Porteur de projet

4 384,74€



Coût total : 21 923,59€



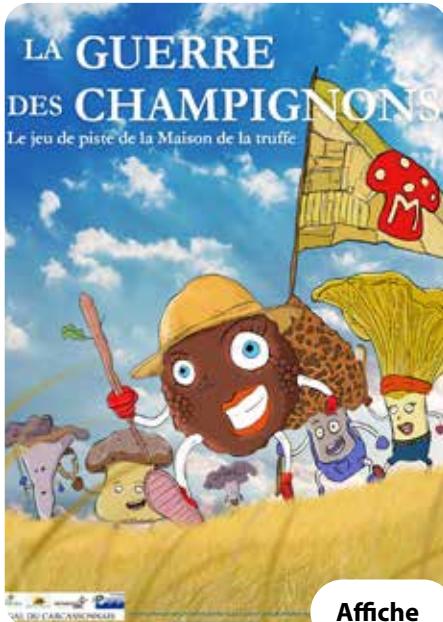
www.laportedautan.fr

COMMUNE DE VILLENEUVE MINERVOIS

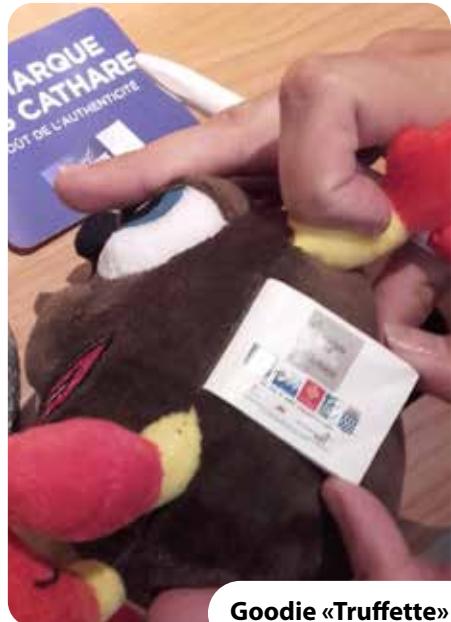
Modernisation de la Maison de la Truffe.



Tablette



Affiche



Goodie «Truffette»



Objectifs du porteur de projet

Permettre la montée en gamme de la structure en augmentant la fréquentation des visiteurs.

Renforcer l'économie locale par le développement des produits proposés (circuits courts avec les producteurs locaux de truffe fraîche et produits transformés truffés), par l'augmentation de la clientèle de la Maison de la Truffe et impacter ainsi la fréquentation des commerces locaux (restaurants, lieux d'hébergement, artisans...).

Valorisation de l'identité du territoire à travers le patrimoine agricole et culturel.

Intégration de la structure dans la nouvelle région Occitanie.



Les actions réalisées

Traductions (Anglais, Espagnol) des panneaux sur des tablettes, création de réalité virtuelle, Escape Game, de produits «enfants» à la boutique, élaboration d'un film sur une saison trufficole dans l'Aude, matériel informatique, vidéosurveillance, base photographique, mise à jour des différents supports de communication.



Localisation géographique et nombre d'entreprises sollicitées pour ce projet : 11

4 entreprises Pays Carcassonnais, 2 Aude, 2 Occitanie, 3 autres régions.



Financement

Europe fonds FEADER

32 275,56€



Porteur de projet

18 334,61€



Coût total : 50 929,45€



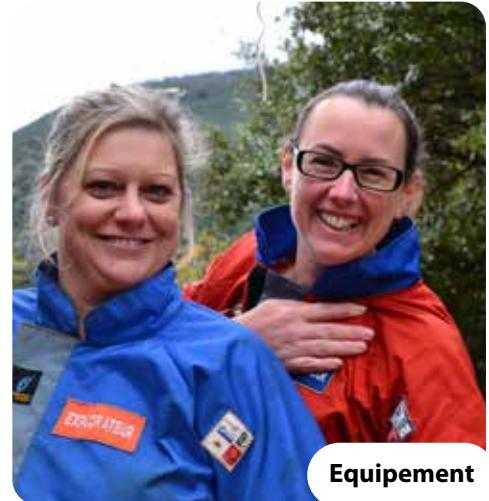
www.maisondelatruffedoccitanie.com

GOUFFRE GÉANT DE CABRESPINE

Création d'un spéléo parc.



Installation du parcours accro-grotte



Equipement



Panneaux signalétiques



Objectifs du porteur de projet

Créer une activité innovante et insolite par rapport au type de lieu (gouffre) pour développer une typologie de clientèle différente de l'existante : sportifs, semi-sportifs et familles actives.

Développer la clientèle «séminaires d'entreprise» en proposant une deuxième activité (première activité : safaris souterrains).

La mise en place d'un tel projet comporte des contraintes techniques qui nécessitent la compétence d'entreprises spécialisées dans les travaux acrobatiques.

L'échafaudage et les éléments de descente ont nécessité des modifications de sols et des mises en sécurité.



Les actions réalisées

Installation de l'accro grotte par une entreprise spécialisée, l'équipement (baudriers...), les tenues vestimentaires et les supports de communication (affiches, flyers, site internet dédié, panneaux).



Localisation géographique et nombre d'entreprises sollicitées pour ce projet : 1

1 entreprise Occitanie



Financement

Europe fonds FEADER

30 934,40€



Carcassonne Agglo

7 733,60€



Porteur de projet

9 667€



Coût total : 48 335€



www.gouffre-de-cabrespine.com

AMÉLIORATION ET INNOVATION AU MOULIN À PAPIER DE BROUSSES

Application des préconisations de l'étude préalable.

Affiche



Flyer



Equipement pour public : Transats



Equipement ludique



Passerelle suspendue



Réunions préparatoires



Objectifs du porteur de projet

L'objectif est de faire augmenter le nombre d'entrée (groupes et particuliers) afin de revenir à un seuil assurant sa pérennité. L'idée serait aussi de faire augmenter le nombre de commandes «papier» (industrie, commerce, artistique).



Les actions réalisées

Création d'une salle d'ateliers scolaires et de loisirs pour la fabrication. Aménagement de l'espace hydraulique avec un dallage en verre, aménagements extérieurs (passerelle suspendue, installations artistiques, aire de repos), manifestations culturelles (salon de la calligraphie, nuit des Papyvores) et une campagne de communication sur des bassins de proximité.



Localisation géographique et nombre d'entreprises sollicitées pour ce projet : 15

7 entreprises Pays Carcassonnais, 1 Aude, 5 Occitanie, 2 autres régions

€ Financement

Europe fonds FEADER

48 113,39€



Région Occitanie

20 000€



CDC Montagne Noire

2000€



Porteur de projet

17 754,79€



Coût total : 87 868,18€



www.moulinapapier.com

COMMUNE DE RUSTIQUES

Création d'un atelier d'art municipal : VG Vitraux, vitrailliste et verrier d'art.



Objectifs du porteur de projet

L'atelier de vitrailliste s'inscrit dans l'identité du village : les entrées et la sortie du village sont protégées ; la vue sur le château est dégagée ; la rénovation des rues du centre avec des pavés est en cours pour conserver son caractère «rustique». L'installation de cet atelier contribuera donc à renforcer cette identité. Le caractère de ce métier d'art, inscrit dans notre histoire de France, est très porteur. L'intérêt manifesté lors des restaurations des vitraux de l'église de Rustiques est un signe très prometteur. La municipalité a fait des efforts en matière touristique : mise en valeur des lieux historiques, création d'un musée archéologique, création d'un parcours de découverte du village et visites guidées.



Les actions réalisées

Démolition, gros œuvre, menuiseries, plâtrerie, carrelage, électricité Suite à la création de cet atelier : Vincent Gattégno a à sa disposition un local fonctionnel où il peut recevoir du public, entreposer et réaliser son activité en sécurité et dans de bonnes conditions.

Cette action consolide le partenariat public-privé mis en place avec succès.

Le patrimoine bâti est valorisé avec un immeuble complètement rénové et utilisé à 100% : logements et activités professionnelles.

Le patrimoine immatériel est valorisé aussi avec un savoir-faire sauvé sur notre territoire.



Localisation géographique et nombre d'entreprises sollicitées pour ce projet : 7

6 entreprises Pays Carcassonnais, 1 Aude



Financement

Europe fonds FEADER

41 762,88€



Cofinancement commune de Rustiques

10 440,73€



Porteur de projet

13 050,95€



Coût total : 65 254,56€



www.vg-vitraux.com



www.rustiques.fr/accueil/agenda/132-Journee-patrimoine-2023

ARTISAN TERRE D'EMPREINTE À CUXAC CABARDES

Modernisation d'un atelier d'art de céramique.

AVANT travaux



APRES travaux



Objectifs du porteur de projet

L'espace de travail comprend un atelier au rez-de-chaussée et un espace de 40 m² à l'étage, non exploitable à ce jour car ouvert aux quatre vents. Le projet a été de créer un nouvel espace fonctionnel, en respectant le bâti existant. Il s'agit de fermer par un châssis et une porte vitrée l'entrée de l'atelier et de créer une pièce de 40m² qui servira à la fois de lieu de travail, de création, permettant de recevoir de nouveaux outils souvent encombrants et ainsi libérer l'atelier du rez-de-chaussée pour l'accueil des stagiaires. Ce nouvel espace servira aussi à stocker les céramiques, les matières premières et tout le matériel de marché, de vente et d'exposition nécessaire à l'activité et aux nouveaux projets précités. Il permettra également de mettre en valeur les créations.



Les actions réalisées

Matériel (four, croûteuse pour réaliser des plaques d'argile, boudinageuse pour recycler la terre, Tour Shimpo, mélangeur), gros œuvre, menuiserie, électricité, escalier, tente pour marchés, communication (banderole, flyers, panneaux).



Localisation géographique et nombre d'entreprises sollicitées pour ce projet : 7

5 entreprises Pays Carcassonnais, 1 Aude, 1 Occitanie



Financement

Europe fonds FEADER

39 527,95€



CDC Montagne Noire

4 941,75€



Commune de Cuxac Cabardes

4 947,74€



Porteur de projet

12 354,37€



Coût total : 61 771,81€



<https://dominiquethomasceramiste.com>



<https://www.facebook.com/AtelierTerredEmpreintes>

LES VIGNERONS DE LA VOIE ROMAINE À VILLESEQUELANDE

Création d'une œuvre artistique urbaine.



Objectifs du porteur de projet

Les Vignerons de la Voie Romaine souhaitaient travailler l'intégration de leur outil de travail dans le paysage de la commune, pour en faire un lieu unique, touristique et culturel. Le projet de création d'œuvres artistiques sur les façades extérieures a permis une immersion totale de l'entreprise dans l'identité de la commune et de ses atouts touristiques. Ce projet offre au public et au promeneur invétéré, la culture ouverte pour tous dans un village aux deux atouts touristiques : le Canal du Midi et l'Arbre remarquable de 400 ans. Les fresques doivent se multiplier sur les grands supports que sont les cuves et les murs de la cave coopérative (néo muralisme). Une attractivité du site en alliant le monde du vin et le monde artistique pour une nouvelle approche oenotouristique ainsi qu'une coopération dynamique entre plusieurs acteurs du territoire : Architectes Bâtiment de France, Pôle Canal du Midi, Cave coopérative et un groupement de Street Artistes.



Les actions réalisées

Rémunération des artistes, nacelle, matériel.



Localisation géographique et nombre d'entreprises sollicitées pour ce projet : 1

1 association d'Artistes en Occitanie



Financement

Europe fonds FEADER

42 154,20€



Carcassonne Agglo

10 000,00€



Commune de
Villesèquelande

538,55€



Porteur de projet

13 173,20€



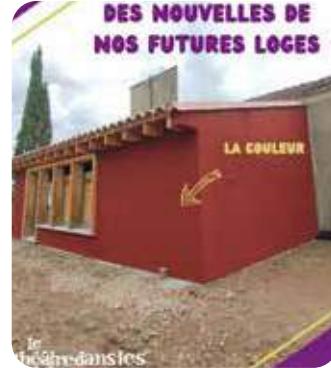
Coût total : 65 865,95€



<https://www.voie-romaine.com>

LE THÉÂTRE DANS LES VIGNES À COUFFOLENS

Agrandissement et amélioration de l'accueil pour le Théâtre.



Objectifs du porteur de projet

Suite au succès du 1er dossier déposé au GAL, la fréquentation du Théâtre a fortement augmenté tant avec la population audoise qu'excursionniste ou touristique, montrant de ce fait, l'exigüité des locaux et la mise en exergue de nouveaux besoins avec la période COVID (lieux d'expositions, tiers-lieux, réunions...). La finalité étant d'accroître le chiffre d'affaires du Théâtre, sa visibilité sur un territoire élargi mais aussi, de renforcer le lien rural-urbain ainsi que les liens habitants/habitants, habitants/touristes, entreprises/culture, acteurs bénévoles/acteurs professionnels, scolaires/culture, producteurs locaux/culture.



Les actions réalisées

Création de loges et d'un accès direct sur la scène pour un meilleur accueil des artistes, des répétitions et des spectacles, création d'une salle pour l'accueil, les ateliers, les expositions et les dégustations et agrandissement de la cantine.



Localisation géographique et nombre d'entreprises sollicitées pour ce projet : 3

3 entreprises Pays Carcassonnais.



<https://www.letheatredanslesvignes.fr>



Financement

Europe fonds FEADER

80 150,64€



Département de l'Aude

8 538,00€



Carcassonne Agglo

10 000,00€



Commune de Coufoulen

1 500,00€



Porteur de projet

25 047,16€



Coût total : 125 235,80€

COMMUNE DE ROQUEFÈRE

Mise en lumière architecturale de l'église du village.



Objectifs du porteur de projet

Après une opération « Cœur de village » avec le CAUE de l'Aude, la Mairie de Roquefère a souhaité finaliser l'embellissement de ce petit village de la Montagne Noire à fort caractère patrimonial préservé avec la réalisation d'un éclairage respectueux de l'environnement pour valoriser les sites remarquables du village : son église et le socle rocheux du château.

La finalité étant aussi de valoriser son économie avec la présence dans ce village de 75 habitants d'un producteur de miel, d'un restaurant et d'un festival de jazz unique sur le territoire du Pays Carcassonnais.



Les actions réalisées

Démontage de l'ancien matériel, électricité.



Localisation géographique et nombre d'entreprises sollicitées pour ce projet: 2

1 entreprise Pays Carcassonnais, 1 Aude.



Financement

Europe fonds FEADER

50 120,56€



Cofinancement public
commune de Roquefère

12 530,14€



Porteur de projet
commune de Roquefère

15 662,68€



Coût total : 78 313,38€



<https://www.cdcmontagnenoire.fr/les-communes>

VIGNOBLES DE CARSAC À CAVANAC

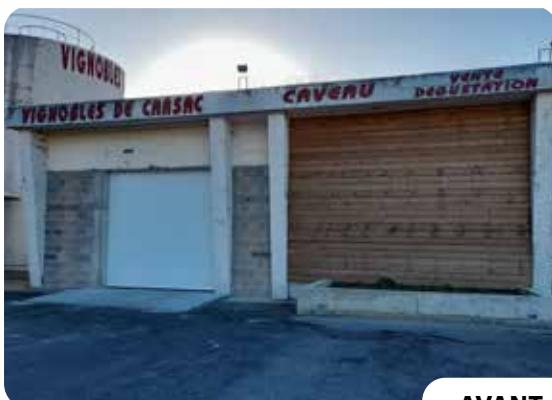
Création d'une œuvre artistique urbaine.



AVANT



APRÈS



AVANT



APRÈS



Objectifs du porteur de projet

Les Vignerons des Vignobles de Carsac ont souhaité travailler l'intégration de leur outil de travail dans le paysage de la commune et attirer l'attention des personnes qui passent en voiture (3000 véhicules/jour) pour en faire un lieu unique, touristique et culturel, en lien avec la cave de Villesèquelande. Pour cela, le projet de création d'œuvres artistiques sur les façades extérieures permettrait une immersion totale de l'entreprise dans l'identité de la commune et de ses atouts touristiques. L'art pour le promeneur invétéré : les fresques doivent se multiplier sur les grands supports que sont les cuves et les murs de la cave coopérative (néo muralisme). Une attractivité du site en alliant le monde du vin et le monde artistique pour une nouvelle approche oenotouristique.



Les actions réalisées

Préparation des murs, rémunération de l'artiste, nacelle, matériel.



Localisation géographique et nombre d'entreprises sollicitées pour ce projet: 3

2 entreprises Aude (dont 1 SCOP), 1 Occitanie



Financement

Europe fonds FEADER

39 992,00€



Carcassonne Agglo

9 998,00€



Porteur de projet
Vignoble de Carsac

12 497,50€



Coût total : 62 487,50€



www.carsac.fr

OFFICE DE TOURISME DE CARCASSONNE

Valorisation du chemin de Saint Jacques de Compostelle.



Objectifs du porteur de projet

Début de valorisation du Chemin de St Jacques de Compostelle «Voie Piémont Pyrénéen» avec la création d'un moule identitaire du chemin pour le clou de voirie et la mise en place de ces clous arborant la coquille jacquaire dans les rues de Carcassonne et des 4 principaux villages traversés sur le territoire du Carcassonnais : Arzens, Azille, Malves en Minervois et Rieux Minervois.



Localisation géographique et nombre d'entreprises sollicitées pour ce projet : 1

1 entreprise Occitanie



www.tourisme-carcassonne.fr



Financement

Europe fonds FEADER

5 260,80€



Cofinancement public

OT Carcassonne

1 315,20€



Porteur de projet

OT Carcassonne

1 644,00€



Coût total : 8 220,00€

DOMAINE DE CABROL À ARAGON

Plan de communication.



Objectifs du porteur de projet

Si le domaine bénéficie d'une certaine notoriété au niveau national et international, il reste essentiellement connu des amateurs de vin. Le présent projet a pour objectif de valoriser et de créer les supports matériels et immatériels permettant de populariser la marque auprès des personnes qui sont moins expertes mais qui pourraient être tentées par une expérience de découverte.

La stratégie choisie repose sur deux axes principaux :

- Privilégier un positionnement très «qualitatif, authentique et nature» en lien avec le positionnement des vins et relier le domaine et son terroir unique à son environnement de Haut-Cabardès et au département.



Les actions réalisées

Végétalisation de l'entrée du domaine, supports de communication (site Internet, panneaux, brochures, flyers, photos, vidéos), matériel d'exposition, goodies, vêtements personnalisés.



Localisation géographique et nombre d'entreprises sollicitées pour ce projet : 10

6 entreprises Pays Carcassonnais, 2 Aude, 2 Occitanie



Financement

Europe fonds FEADER

24 137,22€



Carcassonne Agglo

6 394,33€



Porteur de projet

7 632,99€



Coût total : 38 164,54€



domainedecabrol.fr

FICHE-ACTION N°2

Développer une offre économique dans les domaines touristiques, agricole et agritouristique structurante, complémentaire à la Cité de Carcassonne, sur l'ensemble du Carcassonnais.

Objectifs du Territoire :

- Structurer l'offre du territoire : Faire émerger de nouveaux projets structurants spécifiques au territoire et complémentaires à la Cité de Carcassonne et aux éléments actuels d'attractivité, en valorisant :
 - Les sites naturels emblématiques
 - Le patrimoine industriel et minier.
 - Le patrimoine historique.
 - Le patrimoine immatériel (savoir-faire...).
 - Le patrimoine agricole.
- Renforcer le lien rural/urbain en développant des produits de qualité originaux complémentaires à la Cité de Carcassonne.
- Développer l'économie circulaire, créatrice de richesse, respectueuse de l'environnement, et génératrice de liens entre acteurs..

COMMUNE DE VILLESÈQUELANDE

Création d'une Halte romaine au bord du canal du Midi.



Objectifs du porteur de projet

Création d'une halte secondaire au bord du canal du Midi et de la Voie Romaine, destinée à accueillir le tourisme itinérant (cyclotourisme, batellerie, camping-car, randonneurs) et partager avec les habitants du territoire un espace culturel, de services et de commerce. Le projet prévoit l'installation de lieux d'hébergement originaux et de places d'accueil pour camping-car et tentes et d'une épicerie-restaurant distribuant des produits artisanaux en circuits courts...



Les actions réalisées

Gros œuvre, chalets sanitaires, tonneaux hébergement



Localisation géographique et nombre d'entreprises sollicitées pour ce projet: 14

7 entreprises Pays Carcassonnais, 1 Aude, 4 Occitanie, 2 autres



www.villesequelande.com



Financement

Europe fonds FEADER

24 415€



Région Occitanie

10 000€



Département de l'Aude

10 000€



Porteur de projet

19 498,42€



Coût total : 63 913,42€



AVANT



Halte Romaine : APRES avec aménagement paysager



Entrée Halte Romaine



Tonneaux hébergement



Intérieur tonneau



Gîte de groupe



Salle de réunion

DOMAINE DE GRAMBAUD À ARAGON

Création d'un gîte 4 épis atypique sur un ancien site industriel.



Objectifs du porteur de projet

Mme et M. Millet habitent une grande bâtisse au milieu de la garigue et à proximité du très beau village d'Aragon, village de pierres sèches (sentiers de randonnées pédestres et VTT, capitelles...) et depuis longtemps, ils imaginaient un gîte rural dans une partie indépendante de la maison.

Ce lieu, dans un environnement naturel préservé, est l'emplacement d'une ancienne carrière et de fours à chaux créés au 19ème siècle. C'est l'opportunité du programme LEADER du GAL du Carcassonnais qui les a incités à franchir le cap du rêve à la réalité.

Ce projet a reçu un avis favorable de la part du CAUE de l'Aude, des Gîtes de France, de l'Architecte des Bâtiments de France et de la Conservatrice des objets anciens et antiquités de l'Aude.

De plus, il répond aux axes forts défendus par la Région lors des Assises régionales du Tourisme d'Occitanie le 4 novembre 2016 : innovation et montée en gamme des prestations (notamment des hébergements) avec une priorité : la qualité de l'offre.

Pour rappel, sur le territoire du Pays Carcassonnais, on compte 112 établissements Gîtes de France 3 épis, seulement 17 en 4 épis pour l'année 2020 et il y a toujours besoin de produits qualitatifs, labellisés et originaux pour permettre une meilleure promotion du territoire.



Les actions réalisées

Gros œuvre, menuiseries, plâtrerrie, serrurerie, carrelage, plomberie,lectricité, peinture, piscine, électroménager, literie.



Localisation géographique et nombre d'entreprises sollicitées pour ce projet : 19

14 entreprises Pays Carcassonnais, 5 Aude



Financement

Europe fonds FEADER

114 040,76€



Région Occitanie

18 617,19€



Carcassonne Agglo

9 893€



Porteur de projet

64 850,11€



Coût total : 207 401,06€



www.gite-carcassonne-aude.com

AVANT travaux



APRÈS travaux



DOMAINE DE RUSSOL À LAURE MINERVOIS

Création d'un complexe évènementiel.



Objectifs du porteur de projet

Mme et M. de Soos possèdent un des plus anciens domaines viticoles de l'Aude (repéré par la Charte Architecturale et Paysagère du Pays Carcassonnais en 2011!) avec maison de maître, caves, écuries, sellerie, pigeonnier, four à pain du 15ème siècle, vestiges chapelle préromane, 2 sarcophages, dolmen (le 2ème plus grand du Languedoc Roussillon) et un jardin à la française.

Amoureux du patrimoine, ils ont toujours eu l'idée de transformer ce lieu en accueil de mariages, séminaires sans avoir jamais eu l'opportunité d'une aide financière quelconque pour les aider à concrétiser leur rêve.

Après consultation des Chambres consulaires pour avoir une idée du marché sur l'Aude, Mme et M. de Soos décident de faire réaliser une enquête à leurs frais, sur la viabilité de leur projet par l'institut «Escadrille-Toulouse Junior Conseil» complété par un benchmark sur l'Aude.

Suite aux avis positifs des Gites de France, des ABF, du CAUE de l'Aude, de la conservatrice des Objets d'art et Antiquités (plusieurs objets ont été classés suite à sa 1ère visite!), de l'Office de Tourisme Grand Carcassonne et des entreprises-partenaires, Mme et Mr de Soos ont décidé de présenter leur dossier au GAL du Carcassonnais en 2 scindant en 2 phases : 1ère phase: création des salles de séminaire et 2ème phase: création de l'hébergement 4 épis (4 suites de prestige, une chambre d'accès PMR et un gîte de séjour d'une capacité de 30 personnes).

Le GAL du Pays Carcassonnais n'est intervenu que sur la partie « salles de séminaire ».



Les actions réalisées

Gros œuvre, menuiseries, plâtrerie, serrurerie, carrelage, plomberie, électricité, peinture, parking pour la rénovation de la cave (350 personnes assises ou 550 debout, cuisine pour les traiteurs, de la grange (50 personnes assises ou 120 debout) et de la petite écurie (30 personnes assises ou 50 debout).

Le Domaine de Russol aura une capacité d'accueil unique en son genre dans le département de l'Aude et donnera au territoire du Pays Carcassonnais une nouvelle offre économique.



Localisation géographique et nombre d'entreprises sollicitées pour ce projet : 14

11 entreprises Pays Carcassonnais, 2 Aude, 1 Occitanie



Financement

Europe fonds FEADER

225 258,52€



Région Occitanie

48 353,17€



Carcassonne Agglo

7 961,46€



Porteur de projet

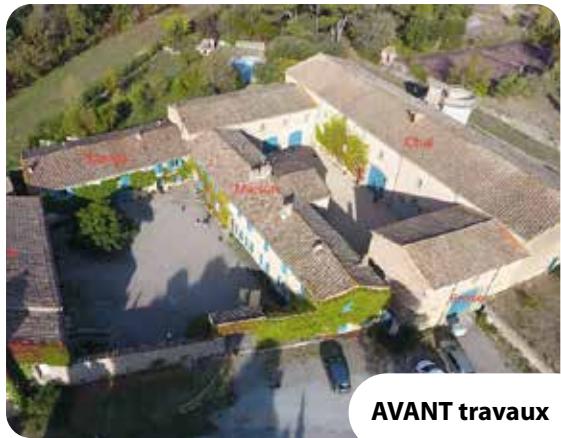
115 442,50€



Coût total : 397 015,65€



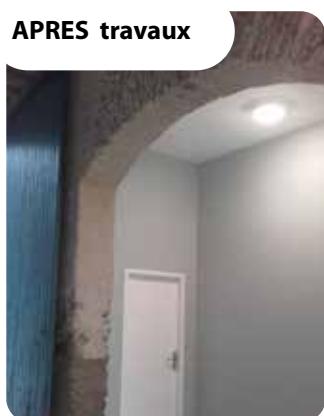
www.russol.fr



AVANT travaux



PENDANT travaux



COMMUNE D'ARZENS

Restructuration de l'ancienne mairie d'Arzens en futur Bistrot de Pays.

Après 5 ans d'activités et d'augmentation constante du chiffre d'affaires du café restaurant L'Arzenais (bâtiment communal), le restaurateur ne peut plus évoluer face à l'exiguïté et à la vétusté des lieux et ne peut toujours pas embaucher (ce dernier est seul au café, à la cuisine et au service sur toute l'année).

De l'autre côté de la rue, l'ancienne mairie, bâtiment du 19ème siècle, est fermée depuis 10 ans par manque de fonds et de projet économiquement viable, ce qui donne une image négative du centre bourg.

La commune, en concertation avec l'association des habitants «Vivre à Arzens», a réfléchi à un projet à long terme sur l'amélioration du centre bourg avec en priorité, la consolidation d'un lieu économique incontournable dans le village, tant pour le lien qu'il représente pour la population que pour le développement économique harmonieux de ce territoire : le café restaurant et l'aménagement de la place centrale du cœur de village.

Pour cela, après avis de la Chambre de Commerce de Carcassonne, de l'Architecte des Bâtiments de France (zone classée) et du CAUE de l'Aude, un architecte du patrimoine a été sollicité pour la transformation intérieure et extérieure de l'ancienne mairie (et école!) en futur «Bistrot de Pays» (avec ce que cela implique en matière de valorisation des produits locaux soit : 4 viticulteurs indépendants, une cave coopérative, un producteur de fromages, un maraîcher et un boucher charcutier!) et en un lieu modèle pour les habitants en matière de rénovation patrimoniale et en un lieu de souvenirs chers aux Arzenais puisque certains mobiliers datant de l'école ou de la mairie seront valorisés, ce qui en fera aussi, un lieu atypique et attractif pour une clientèle touristique.



Objectifs du porteur de projet

Développer le chiffre d'affaires du restaurateur (+30%) et ainsi, créer un emploi dès l'ouverture de ce lieu.

Améliorer la qualité des prestataires sur le Chemin du Piémont Pyrénéen, variante du Chemin de St Jacques de Compostelle, et augmenter ainsi la fréquentation de cette première halte (gîte d'étape) qu'est le village d'Arzens, valorisant ainsi le travail remarquable de l'Association «Les Amis de St Jacques» à Arzens.

Répondre aux normes d'accessibilité, de sécurité et d'hygiène. Créer un lieu vitrine de notre patrimoine viticole, culinaire et architectural répondant à la demande de la clientèle des chambres d'hôtes et gîtes du village.

Faire de ce lieu une vitrine touristique du territoire et une rénovation modèle pour inspirer le plus grand nombre d'habitants (avis ABF, Conservatrice des objets d'art et antiquités de l'Aude et CAUE de l'Aude, Architecte agréé Patrimoine).



Les actions réalisées

Gros œuvre, menuiseries, plâtrerie, serrurerie, carrelage, plomberie, électricité, peinture, ameublement.



Localisation géographique et nombre d'entreprises sollicitées pour ce projet : 16

10 entreprises Pays Carcassonnais, 3 Aude, 2 Occitanie, 1 autre



Financement

Europe fonds FEADER

88 580,76€



Etat FNADT

187 282€



Région Occitanie

45 540€



Carcassonne Agglo

81 239,60€



Commune d'Arzens

117 414,88€



Coût total : 529 057,24€



bar-restaurant-arzenais.fr



Transfert du café existant (à gauche) vers l'ancienne mairie (à droite)



AVANT travaux



APRES travaux



CHÂTEAU DE PUICHÉRIC

Création d'un gîte 4 épis.



Objectifs du porteur de projet

Les propriétaires du château de Puichéric, lieu apprécié pour sa qualité de confort et son cadre prestigieux à travers ses chambres d'hôtes, souhaitent continuer la rénovation intégrale du château et ont donc besoin de développer leur chiffre d'affaires en hébergement.

Après plusieurs demandes de location pour un gîte, Madame Teuschl décide de profiter de l'opportunité du programme LEADER pour se lancer dans la création d'un gîte 4 épis avec l'appui des Gîtes de France, de l'Architecte Bâtiment de France et d'un architecte agréé «Patrimoine».

Le gîte pourra accueillir 7 personnes, il aura deux chambres particulièrement mises en valeur par des plafonds peints du XVIIème siècle et une troisième avec des peintures murales dans un style directoire. Il est conçu pour être un spacieux gîte 4* avec deux terrasses privées, vues très larges et dégagées sur la Montagne Noire, l'Alaric et la campagne environnante.

De plus, en l'absence d'occupation sous forme de gîte, les chambres sont aménagées de manière à pouvoir accueillir des clients en chambre d'hôte classique, chacune étant desservie indépendamment.

Enfin, la grande salle pourra être louée pour des petits séminaires d'une vingtaine de personnes.

Pour rappel, sur le territoire du Pays Carcassonnais : **112 établissements Gîtes de France 3 épis, seulement 17 en 4 épis** pour l'année 2020 et **nous avons toujours besoin de produits qualitatifs, labellisés et originaux** pour permettre une meilleure promotion du territoire.



Les actions réalisées

Gros œuvre, menuiseries, oriel, piscine.



Localisation géographique et nombre d'entreprises sollicitées pour ce projet : 6

3 entreprises Pays Carcassonnais, 3 Aude.



www.chateaudepuicheric.fr



Financement

Europe fonds FEADER

33 238,88€



Etat DRAC

15 188,74€



Porteur de projet

12 109,44€

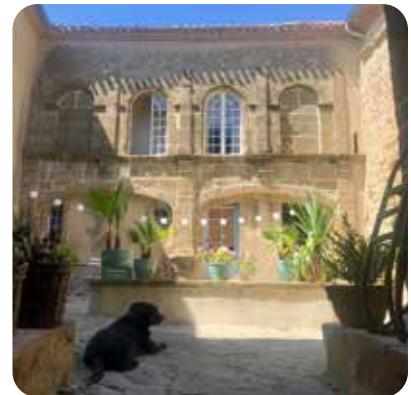


Coût total : 60 537,06€



A savoir

La majorité des travaux ont été réalisés par les porteurs de projet, ce qui explique le faible coût de ce dossier portant essentiellement sur l'achat de matériaux.



Oriel (vue extérieure)



Oriel (vue intérieure)



Piscine



Terrasses



Salle à manger



Chambre avec plafond peint du 17ème siècle



Chambre Pierre Paul Riquet

L'ABITARELA À CASTANS

Création d'un futur Bistrot de Pays.



Objectifs du porteur de projet

En mars 2018, Madame Béziat et Monsieur Rozet ont acheté l'ancienne auberge du village de Castans.

La réhabilitation de cet immeuble datant de 1866, en restaurant / bistrot / épicerie permet de retrouver non seulement un commerce de proximité, mais aussi de recréer un lieu de vie au sein de ce village de montagne.

Ce paisible village de montagne composé de 7 hameaux est situé au pied du Pic de Nore (altitude de 550 à 650 mètres) et à proximité des sentiers de randonnée et des sites touristiques (gouffre de Cabrespine, les grottes de Limousis, la Maison de la Truffe à Villeneuve-Minervois, l'abbaye de Caunes Minervois).

L'Abitarela regroupe un restaurant avec une cuisine intégralement «faite maison» privilégiant les produits issus de circuits courts, une épicerie mettant en avant la vente de produits locaux comme le miel, les confitures ... mais surtout les produits issus de l'exploitation des châtaigneraies et élaborés dans «l'Atelier des Saveurs» du village et un café, lieu de rencontre du village avec une mise à disposition permanente de journaux, livres et jeux de société. Des soirées à thèmes sont organisées (contes occitans au cantou, initiation aux vieux jeux de cartes locaux comme «le rince», découverte de producteurs viticoles locaux, soirées musicales, gastronomiques, vernissages ...).



Les actions réalisées

Rénovation des façades, aménagement de la cuisine et du bar, isolation, menuiserie.



Localisation géographique et nombre d'entreprises sollicitées pour ce projet : 8

1 entreprise Pays Carcassonnais, 5 Occitanie, 2 autres.



Financement

Europe fonds FEADER

32 249,83€



Carcassonne Agglo

8 066,81€



Porteur de projet

10 100,96€



Coût total : 50 417,60€



A savoir

La majorité des travaux ont été réalisés par les porteurs de projet, ce qui explique le faible coût de ce dossier portant essentiellement sur l'achat de matériaux.



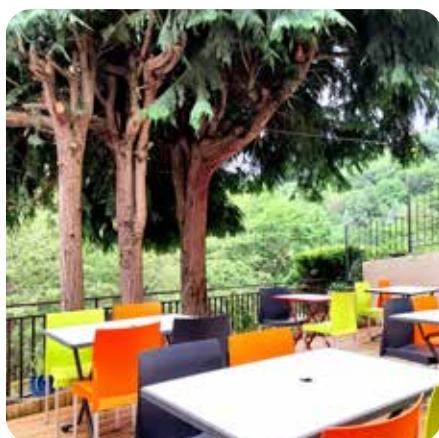
www.facebook.com/LAbitarela



AVANT travaux



APRÈS travaux



DÉVELOPPEMENT DE L'ASSOCIATION DES TRUFFICULTEURS AUDIOIS À VILLENEUVE-MINERVOIS



Microscope

Objectifs du porteur de projet

En 1975, l'Association des Trufficuliteurs Audiois est créée avec pour objectifs d'augmenter les volumes de production, de faire naître les passions, d'encourager les initiatives, de transmettre un savoir auprès du grand public.

L'Association des Trufficuliteurs Audiois encourage les plantations de truffières : on totalise 800 ha de plantations de chênes truffiers. Depuis 2009, l'Association organise les marchés aux truffes (13 marchés l'hiver avec la tuber melanosporum, 2 marchés l'été avec la tuber Aestivum.) , notamment les trufficuliteurs de Talairan, les Ampélofolies à Moissoulens et la Confrérie des Truffaires à Ville-neuve-Minervois.

L'Association des Trufficuliteurs Audiois compte plus de 600 adhérents. Une trentaine de producteurs qui participent aux marchés aux truffes.

L'Association propose des journées de formation technique avec le soutien de la Chambre d'Agriculture de l'Aude. Elle assure également le tri et le contrôle des truffes sur tous les marchés audiois en hiver comme en été. Elle participe à la promotion et communication de ces marchés.

Elle propose à ses adhérents et tous nouveaux planteurs ou personnes intéressées des prestations techniques, analyse de sol, visite de truffières, diagnostic.

L'association propose également une gamme de terreaux spéciaux pour la trufficulture, dont notamment un terreau enrichi en spores de truffes.

L'association des Trufficuliteurs Audiois désire accompagner au plus près ces passionnés de truffes. Pour cela, elle doit conforter et maintenir l'emploi de sa salariée.

Les actions réalisées

Création d'un site internet marchand, outils de communication (flyers, barnum personnalisé, banderole, photos, vidéos, sacs à terreau, encarts publicitaires), aménagement du local de stockage des plants et de fabrication du terreau, matériel (microscope, balance, loupe, congélateur), coût salarial de l'animation.

Localisation géographique et nombre d'entreprises sollicitées pour ce projet : 11

6 entreprises Pays Carcassonnais, 2 Occitanie, 3 autres.



Financement

Europe fonds FEADER

24 249,44€



Carcassonne Agglo

6 062,36€



Porteur de projet

8 807,24€



Coût total : 39 119,04€



www.aude-truffes.com

LE CLOS DE L'ABBAYE À CAUNES-MINERVOIS

Création d'un salon de thé-boutique.



AVANT travaux



APRES travaux



Objectifs du porteur de projet

Madame et Monsieur Boyer ont souhaité créer un lieu inédit en face d'un site touristique labellisé «Pays Cathare» l'abbaye de Caunes Minervois afin de valoriser les produits locaux, les sites emblématiques du territoire et l'artisanat audiois.

Ils ont ainsi rénové une dépendance abandonnée depuis plusieurs années et ayant appartenu au patrimoine immobilier de l'abbaye en respectant la qualité architecturale (rénovation du bâti intérieur, extérieur, mise aux normes, agencement du magasin, de la cuisine et de la terrasse...) pour créer un salon de thé avec petite restauration autour des produits locaux du territoire afin de compléter une offre existante sur le village (restaurants, cafés mais pas de salon de thé) et une boutique (Concept-Store) en proposant des produits locaux (vins, bières, jus de fruits, confitures, olives...), de l'artisanat carcassonnais et audiois ainsi qu'une gamme d'objets estampillés «Clos de l'Abbaye» uniques dans leur conception.



Les actions réalisées

Matériaux (électricité, carrelages, placo, menuiserie), équipements salle et cuisine.



Localisation géographique et nombre d'entreprises sollicitées pour ce projet : 14

12 Pays Carcassonnais, 2 Aude



Financement

Europe fonds FEADER

25 731,72€



Carcassonne Agglo

6 432,93€



Porteur de projet

8 041,16€



Coût total : 40 205,81€



A savoir

La majorité des travaux ont été réalisés par les porteurs de projet, ce qui explique le faible coût de ce dossier portant essentiellement sur l'achat de matériaux.



<https://le-clos-de-labbaye.eatbu.com/?lang=fr>

LE MAS DE L'ÉCLUSE À CAUX-ET-SAUZENS

Création d'un gîte 4 épis dans une ancienne maison vigneronne au bord du canal du Midi.



AVANT travaux



Objectifs du porteur de projet

Cette maison est dans la famille GROJEAN depuis le 17ème siècle : ancienne maison d'une famille d'éclusiers puis maison vigneronne, elle est inoccupée depuis de nombreuses années, située dans un cadre patrimonial et architectural remarquable : en bordure du canal du Midi (écluse de Villesèque) et proche de la Cité de Carcassonne.

Après l'avis favorable des Architectes des Bâtiments de France, de la Commission des Sites et Paysages du canal du Midi et des Gîtes de France Aude, Madame et Monsieur GROJEAN ont souhaité la transformer en Gîte 4 épis d'une capacité de 10 personnes avec une salle pour les ateliers oenologiques, en veillant à la préservation de l'environnement, au patrimoine bâti du lieu et au respect des paysages du canal du Midi.

Pour rappel, sur le territoire du Pays Carcassonnais, on compte **112 établissements Gîtes de France 3 épis**, seulement 17 en 4 épis pour l'année 2020 et **nous avons toujours besoin de produits qualitatifs, labellisés et originaux** pour permettre une meilleure promotion du territoire.



Les actions réalisées

Gros œuvre, menuiseries, plâtrerie, serrurerie, carrelage, plomberie, électricité, peinture, piscine.



Localisation géographique et nombre d'entreprises sollicitées pour ce projet : 9

7 entreprises Pays Carcassonnais, 2 Aude.

Financement

Europe fonds FEADER

150 000,00€



Région Occitanie

41 547,00€



Carcassonne Agglo

10 000,00€



Porteur de projet

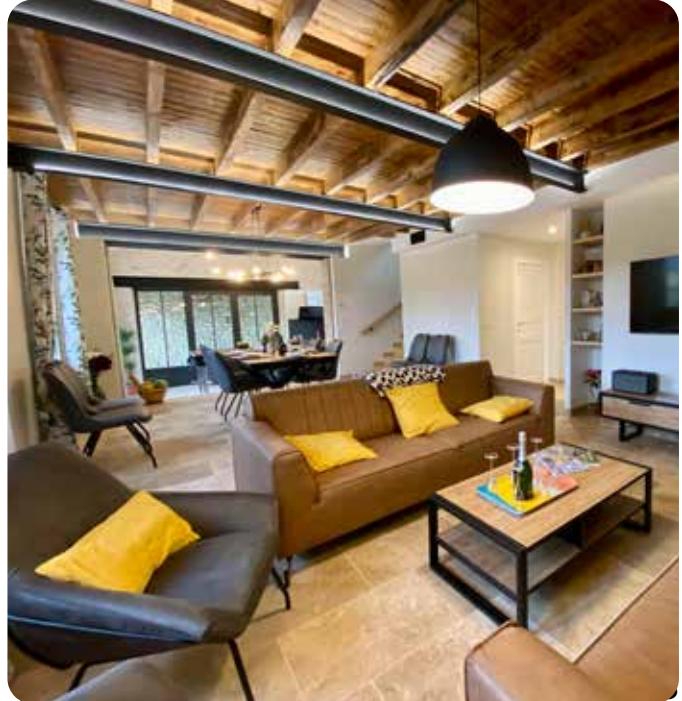
218 375,13€



Coût total : 419 922,13€



lemasdelecluse.com



LA MAISON DU VIGNERON À MONTOLIEU

Création d'un gîte 4 épis.



AVANT travaux



APRES travaux



Objectifs du porteur de projet

Madame et Monsieur VERHEYLEWEGHEN ont procédé à la rénovation d'un ensemble de bâtiments du XVème siècle, jamais rénové à ce jour, situé en face de la Coopérative d'art Céres Franco, elle-même en travaux de rénovation, ce qui permettra d'avoir un ensemble architectural rénové et moderne dans l'unique Village du Livre du sud de la France, Montolieu, qui draine une forte fréquentation touristique.

Ce gîte de charme de 180m² pour 8 à 12 personnes est classé en 4 épis.

Pour rappel, sur le territoire du Pays Carcassonnais, on compte 112 établissements Gîtes de France 3 épis, seulement **17 en 4 épis** pour l'année 2020 et **nous avons toujours besoin de produits qualitatifs, labellisés et originaux** pour permettre une meilleure promotion du territoire.



Les actions réalisées

Matériaux (gros œuvre, parquet, carrelage, sanitaires, électricité, climatisation).



Localisation géographique et nombre d'entreprises sollicitées pour ce projet : 4

4 Pays Carcassonnais



Financement

Europe fonds FEADER

39 063,02€



Carcassonne Agglo

9765,76€



Porteur de projet

14 093,43€



Coût total : 62 922,21€



A savoir

La majorité des travaux ont été réalisés par les porteurs de projet, ce qui explique le faible coût de ce dossier portant essentiellement sur l'achat de matériaux.



<https://gitesentre2rives.com/gite-la-maison-du-vigneron>

FICHE-ACTION N°4

Faire connaître, en interne et en externe, les richesses du territoire et de ses productions, pour attirer des visiteurs et des consommateurs.

Objectifs du Territoire :

- Faire connaître et reconnaître le territoire et ses produits :
 - En interne, par ses habitants et l'ensemble des acteurs locaux, qui sont les premiers ambassadeurs du territoire et doivent se reconnaître mutuellement avant d'envisager des synergies.
 - En externe, par les visiteurs et les touristes afin de favoriser et développer l'attractivité sur l'ensemble du territoire.
- Développer les liens entre secteurs d'activités, avec l'extérieur du territoire et renforcer le lien rural / urbain.

DOMAINE LE CROUZET À FRAÏSSE-CABARDÈS

Plan de communication.



Objectifs du porteur de projet

Sébastien Bru dirige un domaine certifié BIO et veut développer l'oenotourisme : la finalité est de développer la vente de son vin en direct (sur place ou sur Internet), de créer son propre réseau partenarial (produits locaux, artisans, artistes), de valoriser la production BIO et enfin, de maintenir un emploi au sein de sa jeune exploitation en donnant à ce salarié une compétence supplémentaire dans le domaine de l'organisation d'événements et en communication.



Les actions réalisées

Matériel de communication (flyers, affiches, banderoles, panneau, photos, site Internet, tente de réception, goodies) et cachets d'artistes pour une journée « Ferme ouverte », 2 jours d'accueil des scolaires pour la sensibilisation à l'agriculture Bio et 4 soirées évènements alliant le vin, les produits locaux et la culture sous plusieurs formes (contes, astronomie, musique et cinéma).



Localisation géographique et nombre d'entreprises sollicitées pour ce projet : 10

4 entreprises Pays Carcassonnais, 3 Aude, 3 autres régions.



Financement

Europe fonds FEADER

7 031,27€



CDC Montagne Noire

1 757,84€



Porteur de projet

2 197,30€

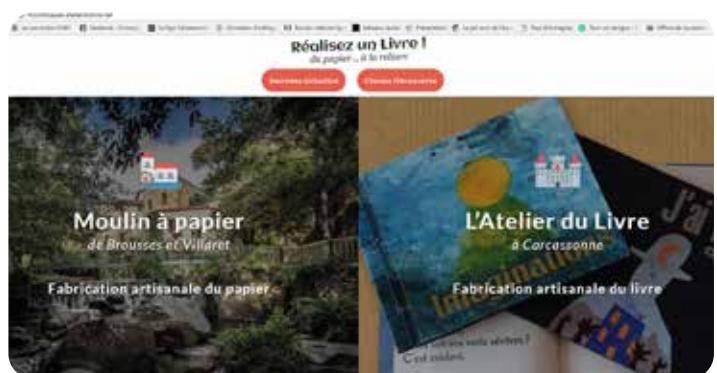


Coût total : 10 986,49€



FB : DomaineLeCrouzet

PARTENARIAT MOULIN À PAPIER DE BROUSSES ET ATELIER DU LIVRE À CARCASSONNE



Objectifs du porteur de projet

Le Moulin à papier de Brousses (Montagne Noire) en partenariat avec l'Atelier du Livre (Carcassonne), rassemblant à eux deux les différents outils et savoir-faire permettant la fabrication artisanale d'un livre, ont choisi de s'unir autour d'un plan de communication à destination d'une clientèle ciblée (collèges, écoles primaires, centres spécialisés, centres sociaux) du grand Sud (de Bordeaux à Marseille) pour augmenter leurs chiffres d'affaires sur la période touristique creuse (septembre à février) et ainsi, pérenniser les emplois sur les deux structures.



Les actions réalisées

Une communication commune sous forme de calendriers envoyée à 4000 établissements, encartage publicitaire dans des revues spécialisées, création et mise en ligne d'une page web commune à la prestation proposée et campagne de référencement Google.



Localisation géographique et nombre d'entreprises sollicitées pour ce projet : 4

3 Pays Carcassonnais, 1 autre région.



Financement

Europe fonds FEADER

5 773,44€



CDC Montagne Noire

721,68€



Région Occitanie

721,68€



Porteur de projet

1 804,19€



Coût total : 9 020,99€



www.moulinapapier.com

PLAN DE COMMUNICATION DE LA COOPÉRATIVE MUSÉE CÉRES FRANCO À MONTOLIEU VILLAGE DU LIVRE.



Objectifs du porteur de projet

Cérès Franco a constitué pendant plus de 50 ans, une collection qui figure aujourd’hui parmi les grandes collections mondiales d’art naïf, populaire et de la Nouvelle figuration.

Dans un désir de pérenniser l’ancrage de la collection sur le territoire audois, celle-ci est accueillie en 2015 à Montolieu, unique «Village du Livre» du sud de la France, dans l’ancienne coopérative viticole transformée en centre d’art.

Le plan de communication a une mission de communication et de valorisation pour accélérer la montée en puissance et le nombre de visiteurs de la coopérative-Collection Cérès Franco en visant deux cibles : une cible géographique et une cible particulière de touristes, français et étrangers, intéressée par des séjours culturels, clientèle qui se caractérise par un budget élevé consacré au tourisme culturel (catégorie CSP+).

Enfin, la finalité est d'accroître la fréquentation du «Village du Livre» à travers un lieu insolite (collection unique ET bâtiment industriel reconverti) pour que les retombées économiques profitent au plus grand nombre (14 librairies, 15 artistes, 4 restaurants dont 1 café, 1 musée, 1 cave à vins...) et de faire de la **Coopérative un outil de référence pour l'Art Naïf et Populaire en Région Occitanie.**



Les actions réalisées

1 attachée de presse à Paris et une agence de communication avec une aide sur les salaires et frais pour les 2 salariées de la Coopérative dans leur mission de démarchage.



Localisation géographique et nombre d'entreprises sollicitées pour ce projet : 2

2 entreprises autres régions.

Artpress n° 42



Financement

Europe fonds FEADER

65 815,20€



Carcassonne Agglo

8 000,00€



Région Occitanie

9 747,90€



Porteur de projet

21 654,65€



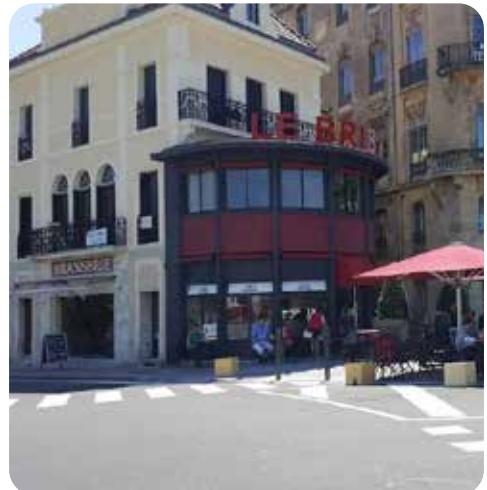
Coût total : 105 217,75€



www.collectionceresfranco.com

LE BRISTOL À CARCASSONNE

Valorisation touristique du territoire à travers des écrans dans une salle de restaurant.



Objectifs du porteur de projet

«Le Bristol» un «Fast Good» à base de produits locaux au rez-de-chaussée et un espace convivial repas-salon de thé-salle de réunion à l'étage.

Idéalement situé : face à la gare SNCF, au loueur de vélos, au canal du Midi, en centre-ville de Carcassonne, cet établissement accueille des touristes/excursionnistes de Carcassonne. De plus, il est apparu une demande de lieu de réunion informel «entre 2 trains» d'où cette proposition de lieu plus calme à l'étage.

Dans la continuité de leurs démarches «Pays Cathare, Qualité Sud de France, Qualité Tourisme», Madame et Monsieur Coste recherchaient un outil innovant pour attirer l'attention de tous et un moyen de continuer leur partenariat avec les prestataires ruraux, le mur vidéo est la réponse à ce souhait.

En effet, l'outil vidéo proposera un film «plan séquence» sans coupure où le spectateur pourra parcourir chaque lieu avec une vision grand angle, ce qui valorisera les principaux lieux touristiques du territoire comme pour la CDC Montagne Noire : moulin à papier, châteaux de Lastours, château de Saissac... et pour Carcassonne Agglo : gouffre de Cabrespine , Eaurizon, abbaye de Villelongue, abbaye de Caunes, paysages de vignes, canal du Midi.



Les actions réalisées

Installation vidéo multimédia / sonorisation et création d'un film.



Localisation géographique et nombre d'entreprises sollicitées pour ce projet : 2

2 entreprises Pays Carcassonnais.



Financement

Europe fonds FEADER

16 505,97€



Carcassonne Agglo

986,50€



Région Occitanie

9 136,00€



Porteur de projet

6 673,53€



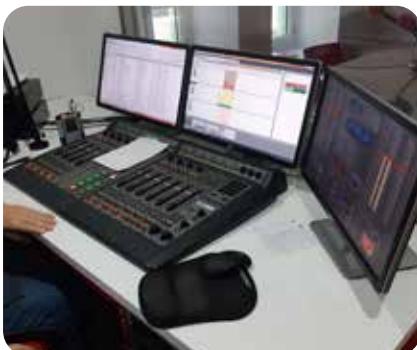
Coût total : 33 302€



www.lebristolcarcassonne.com

RADIO RCF PAYS D'AUDE À CARCASSONNE

Emissions délocalisées dans les villages touristiques : « Balades en Pays Carcassonnais ».



Objectifs du porteur de projet

Faire connaître le territoire touristique du Carcassonnais aux Au-dois pour les rendre ambassadeurs : à travers un magazine radio mensuel sur 13 mois avec délocalisation du plateau sur des lieux touristiques regroupant des habitants venant de différents milieux professionnels, des interviews enregistrées et photographiées, des photos des sites touristiques (monuments, paysages...) pour circuler sur Internet et les réseaux sociaux de la Radio RCF et des partenaires touristiques publics et privés.

13 étapes pour 22 villages et les paysages de la Montagne Noire

Noire : Saissac et Saint Denis, Le Val de Dagne, Montolieu, Lastours et Mas-Cabardès, Cabrespine et Limousis, Caunes-Minervois et Rieux-Minervois, Fontiers-Cabardès et Brousses, Villeneuve-Minervois, Aragon et Saint-Martin-le-Vieil, Cuxac-Cabardès et la Montagne Noire, Trèbes et Capendu, La Redorte et l'étang de Marseillette, Arzens et Villesèquelande.



Les actions réalisées

L'achat d'un studio d'enregistrement ambulant (consoles numériques et analogiques, plateau, enregistreurs). 13 émissions enregistrées et filmées pour 178 interviews avec 126 associations représentées, 1802 photos libres de droit, 250 spectateurs lors des enregistrements publics.



Localisation géographique et nombre d'entreprises sollicitées pour ce projet : 2

2 entreprises Pays Carcassonnais.



Financement

Europe fonds FEADER

18 455,99€



Carcassonne Agglo

3 000,00€



CDC Montagne Noire

1 614,00€



Porteur de projet

5 767,50€



Coût total : 28 837,50€



LE THÉÂTRE DANS LES VIGNES À COUFFOULENS

Création d'une œuvre théâtrale « Mystères et secrets » sur la vie de l'Abbé Saunière avec teaser dans les sites touristiques du territoire.



DU MER 22 AOÛT AU SAM 25 AOÛT 20H30
DIM 26 AOÛT 18H
DU MER 29 AOÛT AU SAM 1^{er} SEPT 20H30
LA FABULEUSE HISTOIRE DE BÉRANGER SAUNIÈRE
Cie Juin 88 - de Michèle HEYDORFF
Mélange de réel et d'imaginaire, de vérité et de fiction, avec Bérenger Saunière, Marie, la bonne du curé, ainsi que des personnages hauts en couleur comme les villageoises, le sacristain, les gendarmes, des curés et... le diable. De vrais personnages issus du théâtre populaire.
Mise en scène Michèle HEYDORFF Scénographie Pierre HEYDORFF
Avec Pascal BARBE, Antoinette CHAPELET, Gérôme FERNHAUD, Faustine LINEROS et les Amateurs du TGV
Spectacle jeune public dès 7 ans



Objectifs du porteur de projet

Proposer une animation culturelle et touristique lors d'une période peu animée et pourtant très fréquentée par une clientèle CSP+ en demande (Festival au Théâtre dernière semaine d'août : retraités et couples sans enfants) en créant des balades théâtralisées au printemps (teasing de la pièce de théâtre du mois d'août) sur les principaux sites touristiques payants du territoire du Pays Carcassonnais (Abbaye de Villevieille, de Caunes Minervois, Château de Lastours, Grotte de Limousis, Moulin à papier) afin d'aider ces derniers à démarrer une saison touristique avec une offre insolite et gratuite en rajoutant la création d'un parchemin «Mystères et Secrets» emmenant les visiteurs vers des lieux inconnus et insolites du territoire rural.

Une restauration autour des produits du terroir était proposée à la fin de chaque représentation.

Pour cela, la Compagnie a noué de nombreux liens avec : sites touristiques; producteurs agroalimentaires; acteurs professionnels de tous horizons géographiques et acteurs bénévoles locaux (dont des habitants du village); gîtes/ chambres d'hôtes; offices de tourisme, librairies/médiathèques et la presse, tant spécialisée (culture) que grand public à vocation touristique.

Public accueilli : 585 personnes pour les balades théâtralisées, 1318 personnes sur 1 semaine au théâtre (97% de remplissage !) dont 40% de touristes et beaucoup de primo visiteurs audiois.



Les actions réalisées

Matériel scénique (projecteurs, rideau de scène, rideau d'ombres chinoises, micros, éléments de décor), produits locaux, matériel bureautique, plan de communication, dépenses de rémunération.



Localisation géographique et nombre d'entreprises sollicitées pour ce projet : 21

9 entreprises Pays Carcassonnais, 5 Aude, 5 Région Occitanie et 2 autres régions.



Financement

Europe fonds FEADER

58 000,00€



Région Occitanie

10 000,00€



Carcassonne Agglo

3 500,00€



Mairie de Couffoulen

1 000,00€



Porteur du projet

32 263,40€



Coût total : 104 763,40€



www.letheatredanslesvignes.fr

CARCASSONNE AGGLO

Aide à la mise en place d'un événementiel viticole sur le territoire de Carcassonne Agglo.



Objectifs du porteur de projet

Malgré le poids économique fort de la viticulture, la montée en qualité des produits agricoles et une forte valeur ajoutée patrimoniale, Carcassonne Agglo ne dispose, ni d'un événementiel viticole identitaire, ni d'une image viticole forte.

Conformément aux orientations définies dans le cadre de la Charte Agricole de Territoire (CAT), il est proposé de travailler avec les professionnels viticoles pour permettre aux acteurs de la filière de mobiliser l'image du territoire pour créer du lien entre viticulteurs, vignerons, habitants et visiteurs.

Au regard des différentes expériences (balades vigneronnes, salon professionnel avec le CIVL en 2016), les élus communautaires et les professionnels viticoles souhaitent conduire une réflexion visant à convenir d'actions promotionnelles ad hoc au territoire, ceci à l'aide d'un cabinet d'études expert en ce domaine pour se donner toutes les chances de réussite.



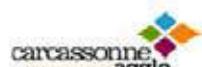
Les actions réalisées

Un cabinet d'études spécialisé dans ce domaine.



Localisation géographique et nombre d'entreprises sollicitées pour ce projet : 1

1 entreprise Région Occitanie.



Accompagnement sur la création d'un événement oenotouristique destiné à promouvoir la production viti-vinicole du territoire de l'Agglomération de Carcassonne

OFFICE DE TOURISME DU GRAND CARCASSONNE

Appui au développement de la démarche « Vignobles et Découvertes ».



Objectifs du porteur de projet



Le label Vignobles et Découvertes va permettre de construire une offre oenotouristique de référence (mise en réseau des professionnels de l'oenotourisme, positionnement « Premium », proposition de collections de visites), de renforcer le lien entre le produit et la destination « Grand Carcassonne », de construire une offre immersive et expérientielle qui va au-delà des exigences du label.

Afin de répondre aux objectifs précédemment définis et d'assurer la promotion du label, un plan d'actions a été élaboré et validé par les élus de Carcassonne Agglo et du comité de direction de l'OTC :

- Création d'un poste d'animateur dédié.
- Développement d'une campagne de promotion commune à tous les acteurs en présence, au moyen de supports de communication (éditions papier dédiées, vidéos promotionnelles...) mais aussi d'équipements et accessoire divers.
- Programmation d'évènementiels oenotouristiques hors saison estivale avec notamment la création de « Portes Ouvertes » en partenariat avec les domaines viticoles du territoire.



Les actions réalisées

Création d'un roadbook oenotouristique et prise en charge financière de l'animatrice durant 1 an.



Localisation géographique et nombre d'entreprises sollicitées pour ce projet : 1

1 entreprise Pays Carcassonnais.



Financement

Europe fonds FEADER

17 570,96€



OT Grand Carcassonne

4 392,74€



Porteur de projet

5 490,94€



Coût total : 27 454,64€



www.grand-carcassonne-tourisme.fr

SECRET DES AVELINES À VILLESÈQUELANDE

Plan de communication pour les cosmétiques à partir des Noisettes de l'Aude.



alinementvotre



Elle parle de nous 'Alinementvotre'

L'influenceuse Toulousaine Alinementvotre a testé nos produits. elle en parle à sa communauté sur Instagram.
Lire la suite >

05 May 2020, 17:25



Objectifs du porteur de projet

Démontrer qu'il existe des sources de valorisation sur des productions de niche capables d'impacter l'image et l'économie d'un territoire. Identifier Villesèquelande comme le Village de la noisette.

Créer des produits innovants vecteurs d'image et de «naturalité» n'existant pas à ce jour sur le territoire : Secret des Avelines, gamme de cosmétiques à base de noisettes récoltées à Villesequelande.

Alain Dediès met au point une gamme pointue de soins du corps (savon, huile de beauté (visage et corps), baume protecteur, baume à lèvres, huile de barbe...) qui répond aux besoins essentiels : nettoyage, hydratation et nutrition.

Alain croit aux bienfaits de la nature et s'attache à des produits transparents, du verger au flacon :

- Sans huile de palme, sans paraben, sans colorant et sans additif, tous les cosmétiques ont été testés en laboratoire dermatologique ou validés auprès d'un toxicologue.



Les actions réalisées

Plan de communication : packaging, fiches produits, photos, vidéos, campagnes sur réseaux sociaux (FB, Instagram), travail avec plusieurs influenceurs, emailings, relances téléphoniques, conformité Site Internet.



Localisation géographique et nombre d'entreprises sollicitées pour ce projet : 4

4 Pays Carcassonnais.



Financement

Europe fonds FEADER

22 337,32€



Carcassonne Agglo

5 584,34€



Porteur de projet

6 980,46€



Coût total : 34 902,12€



www.secretdesavelines.fr

ADAOA : FACILITER LA CONTRACTUALISATION AU SEIN DE NOUVELLES FILIÈRES AGRICOLES DANS LE GRAND OUEST AUDOIS.

EN DIRECT
LES PRODUCTEURS DE L'OUEST AUDOIS

Votre contact :
Claudine BLANCHAERT
Charge de mission commerciale
endirect.contact@gmail.com
Tél : 06 24 48 69 96

Actus n° 6 : L'été est passé

31 Août 2020

En JUILLET et en AOÛT

- Chiffre d'affaires : 29 660 €HT pour 22 tonnes de légumes en juillet
14 000 €HT et 7,6 tonnes de légumes en août
- 205,4 €HT par la viande bovine en juillet
370 €HT par l'agneau en août
- La saison a été rendue en juillet au moment des pics de production, mais la gestion logistique a permis de maintenir le cap. Le coût du transport a été maîtrisé de façon à garantir une saison rentable pour les producteurs.
- La sécheresse a stoppé la production quasiment au 15 août ; plus de congeslettes ! Les aubergines assurent la continuité en attendant les légumes d'automne.

18,5 tonnes vendues en 2 mois

7,25 tonnes vendues en 2 mois

Les projets d'automne :

- Reprise des livraisons SOCAMIL pour les courges . Nous attendons pour cela, l'accord de la SOCAMIL pour livrer directement la plateforme de Castelnau-d'Aude, sans supplément de transport.
- La viande bovine devrait s'envisager sous forme de colis pour saisir les opportunités de la vente directe en partenariat avec notre réseau de la grande distribution.

L'ADEME, le Département de l'Aude, le Conseil Départemental de l'Aude, le Syndicat Mixte de l'Aude pour le Développement Rural

Objectifs du porteur de projet

Créer des débouchés commerciaux rémunérateurs pour des productions locales existantes ou à développer et donc maintenir et créer de la valeur ajoutée sur le territoire pour pérenniser les emplois du secteur agricole.

- Mettre en place des structures collectives permettant de valoriser ces productions.
- Structurer les acteurs et partenaires de la filière dans une dynamique collective gagnant – gagnant au travers d'une contractualisation et de cahiers des charges.
- Relocaliser l'économie et l'alimentation en réorientant une partie des productions dédiées à l'export vers un marché local à régional et par conséquent réduire l'empreinte écologique des activités agricoles du secteur.
- Développer une image nouvelle des productions locales au travers d'un marketing territorial.

Le projet s'adresse à différents systèmes agricoles (céréaliers, mixtes, d'élevage et de vignes) et intègre tous les acteurs de l'amont à l'aval des filières dont agro-alimentaire et GMS, artisans, ainsi que les structures d'accompagnement plus techniques (Chambre d'agriculture et des métiers).

Les actions réalisées

1 emploi CDD à temps plein soit un animateur commercial facilitateur de contractualisation pour animer – coordonner et structurer les filières locales de l'amont à l'aval et d'assurer les actions commerciales et de marketing nécessaires à leur mise en œuvre.

Localisation géographique et nombre d'entreprises sollicitées pour ce projet : 0

€ Financement

Europe fonds FEADER

12 707,41€



CDC Montagne Noire

1 132,87€



Carcassonne Agglo

2 278,44€



Porteur de projet

4 970,46€



Coût total : 21 089,18€



<https://aude.chambre-agriculture.fr/actualites/toutes-les-actualites/detail-de-lactualite/actualites/ladaoa-recrute/>

CAMPING LE MOULIN DE SAINTE ANNE À VILLEGLY

Plan de communication.



Objectifs du porteur de projet

Faire connaître, en interne et en externe, les nouveaux aménagements du camping Le Moulin de Sainte Anne afin d'accroître la fréquentation et le chiffre d'affaires du camping mais aussi ceux de leurs partenaires en activités ludiques, sportives et culturelles sur le territoire du Pays Carcassonnais.



Les actions réalisées

Modernisation du site Internet avec une campagne Adwords et création d'un Blog.



Localisation géographique et nombre d'entreprises sollicitées pour ce projet : 1

1 entreprise autre région.



www.moulindesainteanne.com



Financement

Europe fonds FEADER

4 480,00€



Carcassonne Agglo

1 120,00€



Porteur de projet

1 400,00€



Coût total : 7 000€

OFFICE DE TOURISME DU GRAND CARCASSONNE

Plan marketing de territoire.



Objectifs du porteur de projet

Créer un site Internet ergonomique et moderne, une base de photos et vidéos professionnelles du territoire, une gamme d'éditions touristiques en rapport avec leur positionnement et des outils numériques innovants.

Valoriser une offre de destination touristique Grand Carcassonne
Créer une Web attractivité de Grand Carcassonne, proposant des contenus et des offres avec une réelle valeur ajoutée et optimisés pour des supports mobiles.

Valoriser des collections d'offres touristiques et rationaliser la politique d'éditions de l'OT notamment en termes de conquête de nouvelles clientèles.

Développer et renforcer l'attractivité des sites de visite majeurs de Grand Carcassonne (hors Cité) en leur apportant une dimension expérientielle.



Les actions réalisées

Site Internet non marchand, éditions touristiques (Carte touristique, « Mon Guide », magazine, Guide du prestataire, wine road book), affiches, goodies (pendeloques, stickers), film de destination, application numérique de randonnées.



Localisation géographique et nombre d'entreprises sollicitées pour ce projet : 5

1 entreprise Pays Carcassonnais, 1 entreprise Aude, 3 entreprises autre région.



www.grand-carcassonne-tourisme.fr



Financement

Europe fonds FEADER

77 355,76€



OT Grand Carcassonne

19 338,94€



Porteur de projet

24 173,12€



Coût total : 120 868,42€

LA BORIETA À CARCASSONNE

« Nous Paysans » : plan de communication pour la boutique paysanne.



Objectifs du porteur de projet

L'activité de la boutique paysanne « La Borieta » participe à plusieurs enjeux du territoire :

- La mise en valeur des produits alimentaires variés de qualité (labels BIO AB et Nature et Progrès) d'un groupe de fermes des territoires de Carcassonne Agglo et de la Communauté de communes de la Montagne Noire.
- La proximité des producteurs ruraux avec les consommateurs urbains par la présence physique des producteurs eux-mêmes dans la boutique : ce sont eux, par un planning de permanences qui vont assurer, avec l'aide d'un salarié, la tenue du magasin.
- Un respect de l'environnement : produits BIO et provenance locale (bilan carbone maîtrisé).
- Une participation concrète à l'économie locale : des produits provenant des territoires de Carcassonne Agglo ou de la Communauté de communes de la Montagne Noire, embauche d'un salarié, contribution à l'émergence future de nouveaux producteurs locaux, animation locale (dégustations, ateliers, conférences, formations...)

Il s'agit, par le plan d'actions qui fait l'objet de cette demande, d'assurer le lancement rapide de l'activité de cette boutique paysanne : créer une notoriété forte et une image attractive et impliquante.



Les actions réalisées

Spots radios locales, affichage 4X3m, affichage Bus Carcassonne Agglo, encarts publicitaires dans presse locale, affiches, dépliants, photos et vidéos.



Localisation géographique et nombre d'entreprises sollicitées pour ce projet : 8

6 entreprises du Pays Carcassonnais, 1 Région Occitanie, 1 autre région.



<http://boutiquelaborieta.fr>



Financement

Europe fonds FEADER

4 871,62€



CDC Montagne Noire

278,45€



Carcassonne Agglo

1 113,78€



Porteur de projet

1 566,07€



Coût total : 7 829,92€

DOMAINE DES HOMS À RIEUX-MINERVOIS

Plan de communication.



Objectifs du porteur de projet

Développer une offre oenotouristique grâce à un plan de communication valorisant les réalisations effectives suivantes : un caveau de dégustation de 40m² avec une terrasse de 140 m² qui donne sur une pinède, tournée vers la plaine minervoise et la Montagne Noire, un terrain de pétanque, une aire de jeux et tables de pique-nique, une salle de réception de 80m² qui donne aussi sur la terrasse, équipée d'un barbecue et d'une cuisine de dressage pour les traiteurs et les propriétaires.

Renforcer la clientèle française de particuliers et développer ainsi l'attrait touristique du territoire.



Les actions réalisées

Modernisation du site Internet non marchand, campagne de visibilité sur le net et les réseaux sociaux, création d'une base de données photographiques et vidéos, panneau fer forgé et création d'une gamme d'outils publicitaires sérigraphiés à leur nom pour plus de visibilité tant sur le territoire que dans les salons professionnels.



Localisation géographique et nombre d'entreprises sollicitées pour ce projet : 8

4 entreprises Pays Carcassonnais, 2 Aude, 1 Région Occitanie, 1 autre région.



Financement

Europe fonds FEADER

4 994,31€



Carcassonne Agglo

1 248,59€



Porteur de projet

1 560,79€



Coût total : 7 803,69€



www.domainedeshoms.com

ASSOCIATION MONTOLIEU VILLAGE DU LIVRE À MONTOLIEU

Plan de communication.



Objectifs du porteur de projet

La programmation culturelle annuelle fait de Montolieu une référence et un pôle en matière d'offre culturelle par la variété de ses manifestations, leur dimension intellectuelle, ou leur appel à la mémoire audoise. L'activité culturelle et artistique connaît actuellement un développement significatif par l'importation et la création de nouvelles ressources et savoir-faire. La collaboration renforcée et la mise en réseau partenariale sur Montolieu constituent des éléments porteurs à cet effet. Cependant, aujourd'hui tous les acteurs s'accordent pour faire le constat d'un manque réel d'actions de communication pour être identifié sur le territoire comme un pôle touristique et culturel réactif et attractif ayant la capacité d'accueillir du public et de proposer une offre de service structurée et adaptée à la demande.

Aussi, ce plan de communication répond aux objectifs suivants :

- Affirmer l'identité culturelle de Montolieu village du livre en développant une image cohérente et fédératrice de toutes les entités culturelles du village,
- Accroître le rayonnement et la notoriété de Montolieu Village du Livre UNIQUE VILLAGE DU LIVRE DU SUD DE LA FRANCE au niveau départemental, régional et national en créant des rendez-vous réguliers autour du lieu « ressource-livre », en valorisant les équipements culturels,
- Développer et fidéliser la fréquentation touristique liée à la spécificité du livre sur Montolieu pour redynamiser l'économie locale en élargissant les publics du territoire,
- Positionner Montolieu Village du Livre et des Arts comme un lieu par excellence de ressources-livres grâce aux réseaux partenaires culturels existants sur site,
- Favoriser les échanges culturels et de développement économique dans les domaines du livre, de l'art, et du patrimoine par des rencontres et des pratiques ludiques, pédagogiques et techniques,
- Communiquer sur l'ouverture au grand public de la diversité des activités,
- Valoriser l'action des partenaires et mécènes de Montolieu Village du Livre,
- Augmenter la fréquentation et le chiffre d'affaires de l'association et des prestataires de services et partenaires sur le village.



Les actions réalisées

Modernisation du site Internet, campagne de référencement sur le net et les réseaux sociaux (2 ans), flyers et dépliants, goodies, emaillings, photos, 100 panneaux signalétiques, vidéos.



Localisation géographique et nombre d'entreprises sollicitées pour ce projet : 6

5 entreprises Pays Carcassonnais, 1 Aude.



Financement

Europe fonds FEADER

32 098,28€



Carcassonne Agglo

8 024,58€



Porteur de projet

10 030,74€

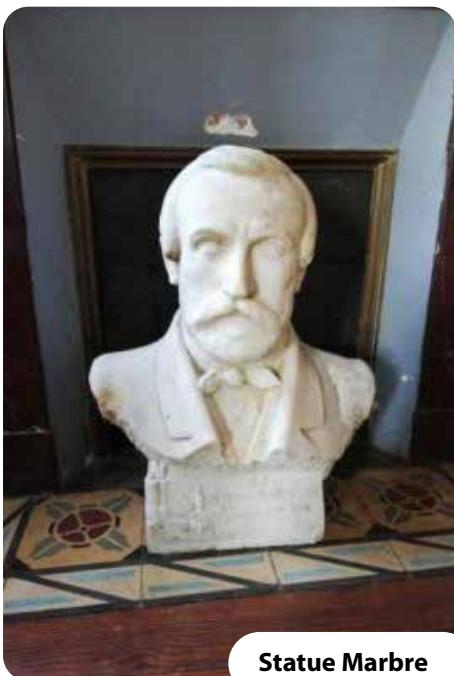


Coût total : 50 153,60€



CHÂTEAU D'ARGÈRES À LAURE-MINERVOIS

Plan de communication.



Statue Marbre



Porte bouteille



Statuettes 3D



Site internet



Objectifs du porteur de projet

Donner une visibilité et un développement économique élargi à un domaine viticole en valorisant son image, en professionnalisant ses activités extérieures au département tout en préservant son patrimoine immatériel et matériel.

Lien entre secteurs d'activités (communication, patrimoine, viticulture, oenotourisme, producteurs locaux de biens matériels, lien avec l'extérieur (salons professionnels, accueil séminaires et touristes en hébergement) et renforcement du lien rural/urbain : patrimoine commun entre le Château d'Argères et la Cité de Carcassonne par un aïeul reconnu comme le « Sauveur de la Cité » Jean Pierre Cros-Mayrevieille.



Les actions réalisées

Campagne numérique complète (site Internet modernisé, campagne de visibilité, réseaux sociaux), stand personnalisé à destination des salons professionnels et grand public en France et à l'étranger (stand parapluie avec comptoir intégré aux couleurs du Château d'Argères, banderole photo, plaque), création de Goodies innovants grâce à la création 3D et grand public, reportages photos et vidéos, valorisation du patrimoine matériel concernant le Sauveur de la Cité en rachetant la statue originale ayant servi de modèle à la statue de Jean Pierre Cros-Mayrevieille dans la Cité de Carcassonne.



Localisation géographique et nombre d'entreprises sollicitées pour ce projet : 5

3 entreprises Pays Carcassonnais, 2 autres régions.



Financement

Europe fonds FEADER

13 523,20€



Carcassonne Agglo

3 380,80€



Porteur de projet

4 226,00€



Coût total : 21 130,00€



www.chateaudargeres.fr

ETHNOPÔLE GARAÉ À CARCASSONNE

Film documentaire «Entendez-vous dans nos campagnes» ou une meilleure compréhension des bruits de village.



Objectifs du porteur de projet

En Pays Carcassonnais, l'appariteur, comme le sonneur de cloches, rythme le quotidien des habitants par ses interventions sonores. Si l'un scande le temps depuis le clocher de l'église ; sonne l'angélus, les messes, les mariages et les enterrements, l'autre diffuse, depuis la mairie, des annonces à fort volume sonore sur des haut-parleurs disposés judicieusement dans les villages afin qu'elles soient entendues de tous. C'est ainsi qu'au son des cloches se mêle celui des « publications » annonçant tout autant les décès que la kermesse de l'école, le loto du troisième âge, le camion pizza du jeudi ou les trousseaux de clés perdus ; publications toujours précédées d'un morceau de musique diffusé à plein tube et d'un signal caractéristique - allô allô ! - bien connu des audiois. Nous souhaitons mettre en exergue ces deux traditions typiques du paysage sonore des villages de l'Aude. L'une est ancienne et déborde largement les limites de ce territoire. L'autre, plus récente – expression moderne des annonces proférées autrefois par le crieur public – est une singularité locale et mérite à ce titre d'être documentée. En effet, à ce jour, il n'existe aucune étude sur cette pratique qui pimente pourtant l'ordinaire des villageois mais pourrait bien être menacée d'extinction. En France, le tintement des cloches suscite des polémiques entraînant parfois des recours en justice pour nuisances sonores, les publications audioises, accusées de faire trop de bruit, sont, elles aussi, incriminées. Les nouveaux habitants, attirés par les représentations de calme et de bien-être associées au monde rural, tolèrent mal l'incursion tonitruante de ces annonces n'importe quand dans leur journée ; certains se plaignent à la mairie, d'autres au tribunal. De plus, avec l'attrait pour la modernité et le progrès technique : plusieurs communes ont remplacé leur appariteur par un système de communication passant par le réseau téléphonique et Internet. Pourtant, dans ce contexte, certains villages « font acte de résistance » en continuant à publier, preuve de l'attachement des villageois à ce qui finit par ressembler à une « tradition ».

Sensibiliser un large public à ce patrimoine immatériel et mieux accueillir les nouveaux habitants.

Créer du lien social entre les habitants audiois et néo-audiois, les ruraux et les citadins.



Les actions réalisées

Réalisation d'une enquête par une ethnologue (entretiens avec les différents producteurs de ces bruits de village appariteurs, carillonneurs,... et avec les habitants qui les perçoivent), recherches en archives, revue de presse, bibliographie (sonneurs de cloches, crieurs publics), réalisation du tournage de ces entretiens à l'aide de l'ethnologue et d'un réalisateur, création du DVD et réalisation de la promotion et diffusion du DVD : affiches, flyers, magnets.



Localisation géographique et nombre d'entreprises sollicitées pour ce projet : 6

5 entreprises Pays Carcassonnais, 1 Aude.



€ Financement

Europe fonds FEADER

12 947,24€



CDC Montagne Noire

647,36€



Carcassonne Agglo

2 589,45€



Porteur de projet

4 046,03€



Coût total : 20 230,08€



www.garae.fr

COMPAGNIE LE CHAT BARRÉ À FONTIERS CABARDÈS

Création d'un cabaret champêtre éphémère en Montagne Noire Audoise.



Objectifs du porteur de projet

Le Chat Barré est une compagnie artistique fondée en 2004 à Fontiers.

Nos spectacles, à l'attention de tout public, ont majoritairement trouvé leur source d'inspiration dans « la culture populaire française et ses auteurs » et se sont toujours situés dans la veine de ce qu'a été le cabaret : Caf Conc' a l'origine, le plus célèbre étant « Le Chat noir » cabaret d'Aristide Bruant. C'était le seul lieu de **mixité sociale** à l'époque, dans lequel riches et pauvres se rencontraient autour de la poésie et du vin.

Le Cabaret éphémère champêtre est dans cette veine-là et se veut donc un endroit culturel et festif pour tous. C'est un cabaret champêtre inter générationnel avec pour mission de fédérer du lien avec l'énergie de la création artistique qui est propre à chaque individu.

Ce type de projet renforce la cohésion sociale, en resserrant les liens entre les communautés ou populations isolées et répond en plus, aux attentes des touristes en recherche constante de lieux de divertissement pour toute la famille :

- Proposer des formes artistiques moins représentées sur ce territoire : le théâtre d'objet, la marionnette et les formes animées, l'improvisation clown et toute forme de création innovante.
- Démocratiser la culture grâce à une entrée sur site GRATUITE avec des tarifs modérés pour la partie café-petite restauration.
- Favoriser les échanges intergénérationnels, interculturels en tissant du lien entre les habitants du Cabardès de tout âge, avec les producteurs locaux, les artistes locaux amateurs ou professionnels. Avec les propriétaires de lieux d'hébergements, avec les élus locaux, les organismes locaux : communauté de commune, office du tourisme.
- Valoriser la culture populaire française et ses auteurs.
- Diversifier l'offre dans la montagne noire et booster le tourisme local.
- Valoriser les productions locales du Cabardès (fromages, charcuterie, vins, bières locales, légumes, fruits...).



Les actions réalisées

Cachets d'artistes, aménagement scénique, aménagement « petite restauration », communication (site Internet, roll up, dépliants, campagne de promotion numérique et réseaux sociaux, affiches, photos, goodies).



Localisation géographique et nombre d'entreprises sollicitées pour ce projet : 5

5 entreprises du Pays Carcassonnais.

Nombres de cachets d'artistes et salariés : 12



€ Financement

Europe fonds FEADER

41 502,78€



CDC Montagne Noire

2 500,00€



Commune de Fontiers Cabardès

500,00€



Région Occitanie

5 000,00€



Département de l'Aude

6 000,00€



Porteur de projet

16 400,91€

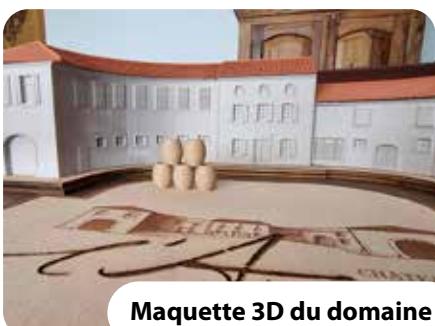


Coût total : 71 869,37€



<https://lechatbarre-spectacles.fr>

CHÂTEAU L'AMIRAL À AIGUES-VIVES : PLAN DE COMMUNICATION



Objectifs du porteur de projet

Le domaine Viticole « Château L'Amiral », très présent sur les Marchés de Producteurs de Pays (MPP), dans les balades vigneronnes de Carcassonne Agglo et sur les salons professionnels français et européens, présente un plan de communication élargi (numérique, papier, matériel d'exposition de qualité et originaux valorisant leur image et l'image du territoire, goodies) en harmonie avec les documents-cadre du territoire : Charte Agricole et label Vignoble et Découverte de Carcassonne Agglo.

Objectifs : Professionnaliser leur communication pour : Augmenter la base de données client, augmenter le chiffre d'affaires de la vente directe, stabiliser le panier moyen, améliorer leur image et l'image du territoire, fidéliser leur clientèle.



Les actions réalisées

Site Internet non marchand, photos, vidéos, campagne de valorisation numérique et réseaux sociaux, goodies, comptoir d'exposition, barnum personnalisé, flyers, maquettes du Domaine pour salons.



Localisation géographique et nombre d'entreprises sollicitées pour ce projet : 11

5 entreprises Pays Carcassonnais, 3 Région Occitanie, 3 autres régions.



Financement

Europe fonds FEADER

19 505,58€



Carcassonne Agglo

4 876,40€



Porteur de projet

6 095,50€



Coût total : 30 477,48€



www.chateaulamiral.fr

AGENCE DE VOYAGES RÉCEPTEIVE SUDFRANCE.FR

Plan de communication.



Objectifs du porteur de projet

Sudfrance.fr est une agence de voyage coopérative (SCIC) qui fédère des acteurs de l'économie locale en associant les propriétaires d'hébergements, les acteurs du tourisme et les salariés. A l'origine, l'agence commercialise principalement des hébergements Gîtes de France, label à l'origine de l'agritourisme. Dans la prolongation des valeurs chères au tourisme vert, l'agence Sudfrance.fr se veut actrice d'un écotourisme local, engagé, et respectueux de tous.

Par ce projet, la SCIC souhaite :

- Améliorer la visibilité de l'offre touristique du Pays Carcassonnais sur les bassins de proximité en favorisant le tourisme durable et en développant l'emploi local chez les prestataires touristiques ruraux, tout en valorisant une entreprise coopérative, véritable outil de développement local à la disposition des partenaires privés et publics du territoire.
- Accroître la renommée, le chiffre d'affaire, le nombre de membres de la SCIC SUDFRANCE.FR (120 actionnaires à ce jour).
- Développer l'image des Gîtes de France, véritable acteur de développement local (emploi local non délocalisable soit 13 personnes salariées dans la SCIC, mise en réseau des prestataires, actions de formation afin de veiller à la qualité des offres, proximité avec la clientèle) afin de contrer les sociétés internationales comme Airbnb ou Booking qui ne développent pas l'emploi local, le gage de qualité des prestations, la mise en réseau, le conseil à leurs ressortissants tant en juridique qu'en qualité).
- Développer le tourisme durable : Sudfrance.fr porte et anticipe depuis sa création les valeurs du tourisme durable : un tourisme au service des territoires et de ceux qui y vivent, équilibré dans le temps et dans l'espace, un tourisme qui respecte l'identité et l'environnement de la destination touristique.
- Développer le chiffre d'affaires des ressortissants de la SCIC : Gîtes de France, sites privés (Moulin à Papier, EAURIZON, Gouffre de Cabrespine...) sites publics (Sites Pays Cathare: Abbaye de Caunes, Châteaux de Lastours...).
- Consolider et peut-être accroître le nombre de salariés (13 à ce jour).



Les actions réalisées

Campagne de référencement web et réseaux sociaux, mobilisation des équipes de création de séjour et de Webmastering pour améliorer la visibilité (30 jours de prise en charge financière), réunions de mobilisation avec les actionnaires autour de ce plan de communication pour suivre la réussite de ce dossier.



Localisation géographique et nombre d'entreprises sollicitées pour ce projet : 1

1 entreprise autre Région.



€ Financement

Europe fonds FEADER

14 830,02€



CDC Montagne Noire

741,50€



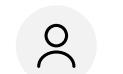
Carcassonne Agglo

2 966,01€



Porteur de projet

4 634,40€



Coût total : 23 171,93€



www.sudfrance.fr

DOMAINE ROSE ET PAUL À ARZENS

Plan de communication.



Polos

Tabliers

Magnets



Drop Stop



Casquettes



Objectifs du porteur de projet

Développer la communication du Domaine Rose et Paul (et de ce fait, la communication sur le Cru Malepère et le territoire Carcassonnais Audois en Région Occitanie) sur le territoire national.

Les outils de communication mis en place ont permis d'augmenter la visibilité sur le domaine, de faire progresser le chiffre d'affaires, de fidéliser les clients, d'attirer une nouvelle clientèle nationale, de renforcer l'esprit d'équipe en affichant une identité forte, de développer le réseau de distributeurs (cavistes, restaurants, bars à vins...) et de développer la renommée du domaine à travers les outils numériques.



Les actions réalisées

Création de goodies personnalisés (Icebag, verres...), réalisation de vêtements personnalisés à l'image du domaine (polos, tabliers, casquettes...), modernisation du site Internet avec réalisation de photos et vidéos et création de lettres d'infos régulières, signalétique (oriflamme, roll up) à destination des réseaux de professionnels et des salons, développement des actions de communication sur les réseaux sociaux.



Localisation géographique et nombre d'entreprises sollicitées pour ce projet : 7

4 entreprises Pays Carcassonnais, 1 Aude, 1 Région Occitanie, 1 autre région.



Financement

Europe fonds FEADER

9 519,70€



Carcassonne Agglo

2 379,93€



Porteur de projet

2 974,92€



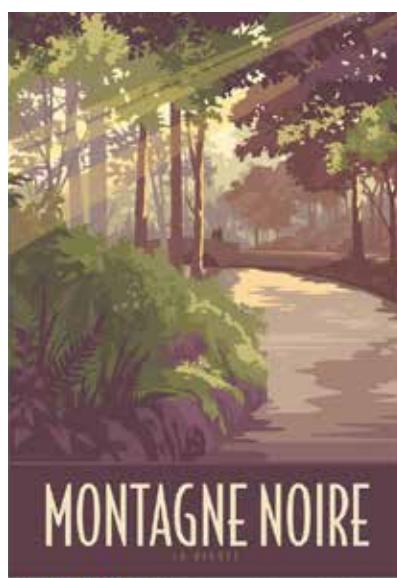
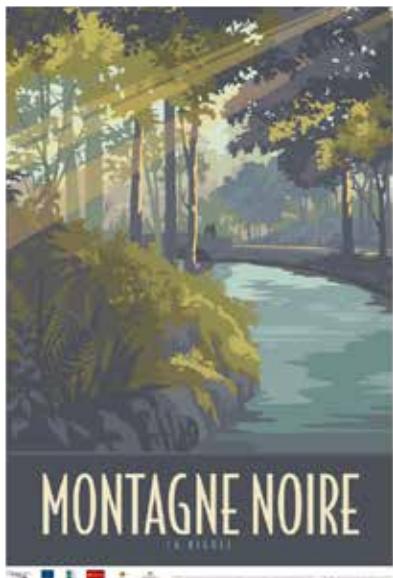
Coût total : 14 874,54€



www.rose-paul.fr

OFFICE DE TOURISME DE LA MONTAGNE NOIRE

Plan de communication.



Objectifs du porteur de projet

L'Office Intercommunal de Tourisme de la Montagne Noire a pour mission la promotion de l'ensemble du territoire de la Communauté de Communes de la Montagne Noire. Le tourisme prend une part prépondérante dans l'économie locale et est essentiel au développement du territoire. Aujourd'hui, force est de constater que le marketing est un enjeu essentiel pour les destinations touristiques d'où la nécessité de travailler sur un plan marketing afin de promouvoir la destination de manière efficace. Le virage numérique nécessite également le développement et la mise à jour d'outils numériques adaptés aux pratiques touristiques actuelles.

L'objectif global de ce projet est la mise en œuvre d'une stratégie marketing permettant d'améliorer la promotion et la visibilité de la destination touristique de la Montagne Noire, en vue de générer de l'activité économique sur le territoire.



Les actions réalisées

Création graphique et impression d'un guide touristique, de flyers pour les événements de randonnées, modernisation du site internet et traduction en anglais et espagnol, Reportage photographique et goodies.



Localisation géographique et nombre d'entreprises sollicitées pour ce projet : 7

3 entreprises Pays Carcassonnais, 1 Aude, 1 Région Occitanie, 2 autres régions.



www.tourisme-montagnenoire.com



MAISON CALMEL&JOSEPH À MONTIRAT

Plan de communication.

The website features a search bar, a menu icon, and a logo for "CALMEL & JOSEPH". Below the logo is a banner with the text "ÉCHEAUX DE GRANDS VINS EN LIGNE ET EN VITICOLE". The main content area includes a large image of a vintage telephone and several small logos at the bottom.



Projet cofinancé par le Fonds Européen Agricole pour le Développement Rural
L'Europe investit dans les zones rurales



Objectifs du porteur de projet

La Maison Calmel&Joseph a souhaité dynamiser sa boutique en ligne, ce qui lui a permis d'étoffer sa base de données clients, informations capitales pour mieux cerner la clientèle et mettre en place des actions publicitaires pour mieux répondre à la demande.

Elle a également valorisé certains partenaires locaux en créant un maillage territorial et en leur permettant de vendre leurs produits sur leur site internet et dans le caveau.

Cette analyse des données leur a permis de mieux comprendre, d'être plus performant par rapport à la clientèle professionnelle locale, française et internationale et ainsi, de pouvoir recruter de nouveaux importateurs.



Les actions réalisées

Plan d'action numérique avec un cabinet spécialisé en viticulture.



Localisation géographique et nombre d'entreprises sollicitées pour ce projet : 2

1 Occitanie, 1 autre région



Financement

Europe fonds FEADER

39 597,44€



Carcassonne Agglo

9 899,36€



Porteur de projet

12 374,20€



Coût total : 61 871,00€



www.calmel-joseph.com

CELLIER LAURAN CABARET À LAURE-MINERVOIS : PLAN DE COMMUNICATION



Objectifs du porteur de projet

Positionné sur des sols maigres, sans possibilité d'irrigation, le Cellier Lauran Cabaret n'a d'autres choix que de se tourner vers la qualité et la valorisation de ses produits pour assurer à ses adhérents une rémunération leur permettant de vivre de leurs terres et de leur travail.

La vente directe, qui ne représente à ce jour que 10% du chiffre d'affaires des produits conditionnés est au cœur des objectifs de développement.

Après la rénovation du point de vente de Laure-Minervois en 2020, l'implantation d'une nouvelle boutique au centre du village de Villeneuve-Minervois se veut le point de départ d'une nouvelle dynamique en termes de prestations oenotouristiques.



Les actions réalisées

Fresque décorative, enseignes artisanales en fer forgé, tonneaux artistiques pour salons et événements (5 artistes locaux), Explor Game, goodies, vêtements personnalisés, jarres en terre (œuf et Coralie) pour le Gouffre de Cabrespine et la Grotte de Limousis.



Localisation géographique et nombre d'entreprises sollicitées pour ce projet : 16

7 Pays Carcassonnais, 2 Aude, 3 Occitanie, 4 autres régions



Financement

Europe fonds FEADER

39 997,80€



Carcassonne Agglo

9 999,45€



Porteur de projet

12 499,34€



Coût total : 62 496,59€



<https://lauran-cabaret.fr>

FICHE-ACTION N°5

Renforcer l'ouverture du territoire et son lien avec l'extérieur

Objectif stratégique :

COOPERATION : Renforcer les liens de la nouvelle Région à travers le canal du Midi

A la suite d'une première phase de coopération engagée par les GAL du linéaire du canal du Midi entre 2013 et 2015, ce projet vise à poursuivre des actions communes autour du canal avec pour objectifs :

- Renforcer la valorisation touristique et récréative du canal du Midi et des territoires qu'il traverse.
- Mobiliser un réseau d'acteurs dynamiques (élus, techniciens, prestataires) pour créer des événements culturels et faire vivre davantage cette destination touristique.
- Valoriser les produits locaux pour renforcer les retombées économiques sur les territoires traversés.

Les actions suivantes ont été engagées :

ACTION N°1

Impression et diffusion de la brochure « canal du Midi, ligne de vies »



ACTION N°2

Réédition des supports de communication communs (brochure, roll up pour exposition itinérante sur le territoire)



Château de Ventenac Minervois



Chambre d'Agriculture Carcassonne



Capitainerie de Castelnau-d'Oléron

ACTION N°3

Organisation du Canalathlon 2018 par le PETR Pays Lauragais et participation des territoires.



€ Financement

Europe fonds FEADER

4 921,34€



Association
Pays Carcassonnais

2 768,44€



Coût total : 7 689,78€

! A savoir

FINANCEMENT (actions 1, 2 et 3) sur la partie du Pays Carcassonnais.

ACTION N°4

Organisation du Canalathlon 2023 par l'Office de Tourisme de la Montagne Noire en collaboration avec le PETR Pays Lauragais : Les Cammazes- Saint Denis



€ Financement

Europe fonds FEADER

29 394,20€



Office de Tourisme
de la Montagne Noire

7 348,55€



Coût total : 36 742,75€



Les actions réalisées

Organisation et suivi avec un salarié en CDD 6 mois, ateliers, concerts, goodies, coordination sportive.

ACTION N°5

Réalisation par le Comité Régional du Tourisme d'Occitanie d'un film promotionnel sur le canal du Midi.



€ Financement

Europe fonds FEADER

10 348€



CRT

2 588,00€



Coût total : 12 936€



<https://www.youtube.com/watch?v=qTR44x3Xjao>



Occitanie
Sud de France



Projet cofinancé par le Fonds Européen Agricole pour le Développement Rural
L'Europe investit dans les zones rurales

LE PROGRAMME EUROPÉEN LEADER 2023-2027

GAL du Pays Carcassonnais

Un nouveau programme est à la disposition des acteurs privés et publics sur les territoires de la Communauté de Communes de la Montagne Noire et de Carcassonne Agglo sur la période opérationnelle 2024-2027.

3 fiches actions sont à votre disposition

Fiche 1 :

« Développer une offre touristique structurante en lien avec l'identité particulière du Carcassonnais »

Fiche 2 :

« Dynamiser les villages et leurs centres pour renouveler leur attractivité »

Fiche 3 :

« Promouvoir les circuits courts et l'expérimentation dans la viticulture et l'agriculture »



Association du Pays Carcassonnais

04.68.26.76.79

www.payscarcassonnais.com
secretariat@payscarcassonnais.com



Pays de Carcassonne,
Terre de Séjours

NB

Des grilles de critères pour chaque fiche-action vous aident à déterminer l'éligibilité de votre projet qui sera ensuite présenté au Comité de Programmation pour un vote d'opportunité.

Marche à suivre

- 1 Contacter l'association du Pays Carcassonnais afin de présenter votre projet pour définir son éligibilité au programme LEADER.
- 2 Aide au montage complet du dossier pour le présenter au vote d'opportunité du comité de programmation.
- 3 Après un avis favorable, attente de l'instruction du dossier par les services de la Région Occitanie pour avoir le montant définitif des aides.

En savoir plus : <https://www.payscarcassonnais.com/organisation.php?page=82:23>



Pays Carcassonnais

Association du Pays Carcassonnais

BP 30168

11000 Carcassonne

04.68.26.73.79

payscarcassonnais.com



FB : Pays de Carcassonne, Terre de séjours
Instagram : paysdecarcassonne